

واقع الحكومة الالكترونية في الدول العربية - عرض بعض التجارب -

أ. موزاوي عبد القادر
جامعة المدينة

أ. عبد الوهاب رميدي
جامعة المدينة

ملخص:

تحول العالم إلى قرية إلكترونية تتمحور حول تقنياتها أجهزة المعلوماتية وشبكات الاتصال، وقد عممت استعمالات أجهزة الاتصال ودخلت الحواسيب والمعلوماتية قطاعات اقتصادية كثيرة، فضلا عن اقتحامها للبيوت.

ولعل أبرز ظواهر الثورة المعلوماتية التي يعيشها العالم اليوم ما أصبح يعرف باقتصاد المعلومات أو الاقتصاد الرقمي أو اقتصاد الشبكات، حيث يتكون هذا الأخير من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية التي تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى الدولية.

وقد تأثرت الحكومات بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فتبدلت أساليبها مع نمو التطبيقات المعلوماتية والاتصالية التي تخدم شعوبها بكل أشكالها. وأصبح استخدام شبكة الانترنت العالمية في العمليات التجارية المختلفة ضروريا لزيادة القدرة التنافسية، من تسويق أكثر فعالية للمنتجات، وتزويد المتعاملين بالمعلومات والخدمات الفورية، إضافة إلى تيسير الأمور على المستهلك وتمكينه من الطلب الفوري للبضائع والحصول على المنتجات فوراً (الالكترونية عبر الشبكة) إذا سمحت طبيعتها بذلك.

وقد أطلق على مجمل التقنيات والأساليب التي تسهل وتسرع التبادل التجاري من خلال تطبيق الوسائط المعلوماتية والاتصالية الحديثة اسم "التجارة الإلكترونية" والتي ينتج عند استخدامها تحسين في أداء مؤسسات الأعمال وفتح الأسواق العالمية أمامها وبالتالي أصبحت التجارة الإلكترونية أحد أهم الوسائل الابتكارية التي تستفيد منها الدول والمنظمات في تسويق منتجاتها.

وقد نمت التعاملات الإلكترونية نموا هائلا وتسارعا في دول العالم انعكس على حجم المبادلات التجارية التي تجاوزت مليارات الدولارات، وأن الكثير من الحكومات لم تعد تقبل فعليا بالتعامل مع أعضاء جدد إلا إذا استطاعوا أن يبرهنوا على أن لديهم القدرة على التبادل الإلكتروني للبيانات، ورغم هذا النمو والتطور في العالم، إلا أن نصيب حكومات الوطن العربي من هذه التعاملات الإلكترونية ما تزال في مراحلها الأولى من طور النمو.

Abstract:

Transformer le monde en un village centré sur des dispositifs électroniques de technologie de l'information et des réseaux, a été distribué utilisation d'appareils de communication et des ordinateurs et de l'informatique est entré nombreux secteurs économiques, ainsi que la prise de maisons.

Peut-être que les phénomènes les plus frappants de la révolution de l'information d'aujourd'hui ce qu'on a appelé l'économie de l'information, l'économie numérique, ou l'économie de réseau, si celui-ci est constitué d'un ensemble d'institutions électroniques qui sont entrelacés les uns avec les autres à travers des réseaux d'information internes et d'autres organisations internationales. Les gouvernements ont été affectés aux TIC, les méthodes avec la croissance des applications informatiques et des communications au service des personnes sous toutes ses formes. L'utilisation du World Web dans les activités commerciales de besoin divers pour accroître la compétitivité, la commercialisation des produits plus efficaces, et fournir aux clients des services d'information en ligne, en plus de rendre les choses plus faciles pour le consommateur et permettre à la demande immédiate pour les marchandises et d'obtenir les produits immédiatement (par voie électronique sur le réseau) si vous laissez la nature afin .

Il était sur les techniques générales et des méthodes qui facilitent et accélèrent les échanges grâce à l'application de l'information multimédia et le nom moderne de communication «commerce électronique» qui en résulte lorsqu'il est utilisé pour améliorer la performance des entreprises et l'ouverture des marchés mondiaux à venir d'eux et devenir ainsi le commerce électronique l'un des moyens les plus innovants qui bénéficient aux pays et organisations la commercialisation de leurs produits.

A augmenté la croissance de négociation électronique formidable, a accéléré dans le monde réfléchi sur le volume des échanges qui a dépassé milliards de dollars, et de nombreux gouvernements n'acceptent plus vraiment affaire avec de nouveaux membres que s'ils peuvent prouver qu'ils ont la capacité d'échanger des données électroniques, même si cette croissance et le développement dans le monde, mais que les gouvernements de part le monde arabe du commerce électronique en est encore à ses premiers stades du processus de croissance.

مقدمة :

تشير الكثير من الدراسات إلى أن الهوة (الفجوة) الرقمية مثلها مثل هوة التخلف التي سبق التعرض إليها في أدبيات التنمية في العقود الماضية لا تزال تفرق ما بين عالمين متميزين فيما يتعلق بدرجة الاستفادة من هذه التكنولوجيات في النمو والتنمية الاقتصادية فمن جهة نجد أن نفس الشمال الذي كان يسيطر على الاقتصاد العالمي يحتكر في الوقت الحالي هذه التكنولوجيات وبالتالي يستفيد منها مواطنوه. ومن خلال ذلك سنحاول التطرق إلى واقع الحكومة الالكترونية في الوطن العربي و تطور التجارة الالكترونية في بعض الدول العربية، حيث في المحور الأول سنتطرق إلى الوضع الراهن في البلدان العربية، أما في المحور الثاني سنقوم باستعراض تجارب ثلاث بلدان عربية وهي مصر، تونس و الجزائر.

المحور الأول: الوضع الراهن في الوطن العربي

لقد تأخر وصول الانترنت إلى الدول العربية مما أخرج انتشار واتساع التجارة الالكترونية ما بين البلدان العربية فيما بينها، وبينها وبين العالم، وذلك لوجود عدة معوقات، وهذا ما سنتناوله من خلال المطالب التالية:

1- الفجوة الرقمية :

نجد غالبية البلدان النامية (بلدان الجنوب) لا تستفيد من التكنولوجيا إلا بالقدر اليسير على الرغم من التفاؤل الكبير الذي صاحب ظهور وتطور هذه التكنولوجيات والذي اعتبر بأن هذه الأخيرة ذات طبيعة خاصة و بإمكانها اختصار الطريق خصوصا بالنسبة للانترنت.

إن سعة الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية اليوم مقاس بعدد مستخدمي الانترنت تتجاوز الفجوة الاقتصادية مقاس بالدخل القومي، فوفق إحصائيات الأمم المتحدة الأخيرة تمتلك الدول المتقدمة 86% من الناتج المحلي الكلي للعالم بينما عدد مستخدمي الانترنت فيها 93% من كامل عدد المستخدمين في

العالم، كما لا تزيد نسبة انتشار استخدام الانترنت في بعض الدول النامية ذات الدخل المنخفض عن 0.2% من عدد السكان.

ويقدر البعض الفجوة الرقمية في أكتوبر 1997 فيما يخص اختراق إيواء الانترنت ما بين قارتي إفريقيا وشمال أمريكا ب 267 مرة، وازدادت الهوة في أكتوبر 2000 إلى 540 مرة.

ففي أكتوبر 2000 كان هناك 81.5 مضيف للانترنت بالنسبة لكل 1000 ساكن في بلدان منظمة التعاون والتنمية (OECD) في حين أن غيرها من البلدان لم يكن بها إلا 0.85 لكل 1000 ساكن. □

وتتضح هذه الفجوة أكثر بالنظر إلى هذا الجدول الذي يوضح تطور نسبة المشاركين في الانترنت من سنة 2000 إلى سنة 2004 على مستوى القارات الخمسة، ومن خلاله يتضح الفارق الشاسع على مستوى القاري بحيث تأتي أمريكا الشمالية في المقدمة في حين تحتل إفريقيا المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم 1: تطور عدد المشاركين في الانترنت بين 2000-2004² الوحدة : المليون

المنطقة	2000	2001	2002	2003	2004
أمريكا الشمالية	136.7	156.3	167.7	179.8	196.3
أمريكا اللاتينية	19.3	26.2	33.1	43.4	60.6
إفريقيا	4.6	6.7	7.7	9.2	11.1
آسيا/المحيط الهادي	115.9	165.0	181.5	205.0	235.8
أوروبا	108.3	144.4	175.5	196.2	221.1
المجموع	384	4987	565.7	633.6	724.9

ونظرا للتخوف الكبير للمجتمع العالمي من ازدياد حدة الفجوة بين الشمال والجنوب، خصصت معظم أشغال القمة العالمية لمجتمع المعلومات جنيف 2003 – تونس 2005 لأجل تضييق وتقليص الفجوة وهذا ما تم تجسيده في 67 نقطة الواردة في

وثيقة إعلان المبادئ. بحيث تمثلت أهداف القمة في بلورة رؤية مشتركة وتفاهم مشترك فيما يتعلق بمجتمع المعلومات والاتصال والعمل على تجاوز الفجوة الرقمية القائمة بين الشمال والجنوب والوصول إلى مجتمع المعرفة، فتقنيات الاتصالات والمعلومات ليست غاية في حد ذاتها فقط، ولكنها تعتبر أداة رامية لتحقيق الأهداف التنموية للألفية الجديدة وعلى رأسها محاربة الفقر والامية، وإذا تم استخدام تلك التقنيات بشكل رشيد فإنها يمكن أن تساعد في تنمية الثروات، وتحسن نوعية الحياة، وتحقيق نسبة أعلى من المساواة والعدالة الاجتماعية، وبصورة عامة تحفيز التنمية الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية والحكم الرشيد.³

والسؤال الذي نطرحه هنا هو ما موقع الدول العربية من هذه الفجوة الرقمية؟ تمثل البلدان العربية 8% من مساحة العالم، وتحتل المرتبة الرابعة من حيث المساحة، ويقدر عدد سكانها بنسبة 5.3% من سكان العالم، وقد تطور عدد سكان البلدان العربية من حوالي 196 مليون نسمة سنة 1985 إلى حوالي 300 مليون نسمة سنة 2000.

ورغم اتساع حركة التعليم في العقود الأخيرة، فمازالت نسبة الأمية مرتفعة في المنطقة العربية، حيث وحسب التقرير العربي للتنمية الإنسانية لعام 2003، يقدر عدد الأميين البالغين من العرب بحوالي 65 مليون تمثل النساء 2/3 منهم وعدد الأطفال غير الملحقين بالمدارس وهم في سن التمدرس حوالي 10 مليون طفل.

في حين أن الاستثمار في البحث والتطوير (R&d) أقل من 1/4 المتوسط العالمي والذي يزيد عن 2%، وتصل نسبة البطالة حالياً بين الشباب العربي إلى 26.6 أي 226 لكل 1000.

ويتفاوت نصيب المواطن العربي من الدخل القومي تفاوتاً كبيراً يصل أحياناً إلى 108 أضعاف (من 170 إلى 18430 دولار أمريكي). بينما يتراوح نصيب الفرد في البلدان العربية التي تمثل الثقل السكاني الأساسي بين 430 وحوالي 2200

دولار، مما ينعكس على القدرة الشرائية للفرد والمجموعة وعلى توفير الأموال اللازمة للاستثمار التجاري والصناعي.⁴

ويشير التقرير العربي للتنمية البشرية لعام 2003 أنه يصل عدد خطوط الهاتف في الوطن العربي إلى 1/5 مايو جد في العالم المتقدم. أما عدد الحواسيب فيقل عن 12 بالنسبة لكل 1000 مواطن بينما يصل إلى 78.3 في الألف في الدول المتقدمة، أما الانترنت فلا يستعمله أكثر من 0.6% من سكان العالم العربي. إن التحرك العربي باتجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموماً، واستثمار إمكانات الانترنت وخدماتها على وجه الخصوص، لا يزال دون مستوى الطموح، على الرغم من وجود بعض المؤشرات والأرقام الإحصائية الإيجابية.

كذلك فإن عدد مستخدمي شبكة المعلومات العالمية المحوسبة "الانترنت" في الأقطار العربية، كان ولا يزال قليل جداً بالرغم من الزيادة التي مر ذكرها، وذلك بضوء محدودية المراكز الخادمة (HOSTS) وعدد الحواسيب المتوفرة للاستخدام والارتباط بالشبكة.

ومن جانب آخر فقد شهد عام 1998 تحولا جديدا في استخدام شبكة الانترنت في الوطن العربي وفي كافة مناطق العالم، ففي الأقطار العربية إرتفع عدد مستخدمي الانترنت من 340 ألف مستخدم في بداية عام 1998 إلى 700 ألف مستخدم في نهاية السنة، أي بزيادة نسبتها 106%. وتشير التوقعات إلى أن عام 1999 سيشهد نسبة نمو مقاربة، أي عدد مستخدمي الشبكة في الأقطار العربية سيصل إلى حوالي 1 مليون و400 ألف مستخدم، أما في عام 2000 فيقدر عدد مستخدمي شبكة الانترنت في الوطن العربي بحوالي 2 مليون مستخدم.⁵ إلا أن مثل هذه الأرقام قد تضاعفت كثيرا في السنوات الخمس التي تلت ذلك.

فحسب مجموعة مدار للبحوث (Madar Research Group)،⁶ فإن عدد مستعملي الانترنت في العالم العربي سيبلغ 25 مليون مستعمل بحلول 2005. وهذا

العدد في الوقت الحالي (حتى نهاية 2003) حوالي 8.2 مليون مستعمل على مستوى العالم العربي.

ولقد بلغ معدل اختراق الانترنت (INTERNET PENTRATION) 1.20 في الربع الأول من سنة 2001 وارتفع إلى 2.54% في أواخر 1/4 الثالث من سنة 2002، وحسب توقعات مجموعة مدار فإنه سيصل إلى 8% بحلول عام 2005 على مستوى العالم العربي.

أما فيما يخص معدلات الاختراق الخاصة بكل بلد فإن دولة الإمارات العربية تتصدر، البلدان العربية في الوقت الحالي (2003) بمعدل قدره 27.69% وتليها البحرين بمعدل يساوي 22.06% ويتوقع أن تصل معدلات البلدين المذكورين بحلول عام 2005 إلى 38% بالنسبة للإمارات العربية و32% للبحرين.

وبخصوص عدد مستعملي الانترنت فإن العربية السعودية في الوقت الحالي (2003) تمثل أكبر مجتمع للانترنت بعدد 1.6 مليون مستعمل ثم تليها دولة الإمارات العربية المتحدة بعدد 900 ألف مستعمل.

وتشير التوقعات لعام 2005 أن مصر مرشحة لأن تصبح أكبر بلد فيما يخص عدد مستعملي الانترنت وعددهم 6.5 مليون مستعمل، و سوف تليها المملكة العربية السعودية بـ 4.48 مليون مستعمل فالجزائر بـ 2.4 مليون مستعمل.

وتشير التوقعات إلى أنه بالرغم من تضاعف عدد المستعملين مرتين كما هو الحال في البلدان العربية المشار إليها من 2003 إلى 2005 إلا أن بعض البلدان العربية مثل سوريا، العراق، اليمن والسودان تستمر في نفس المواقع المتخلفة فيما يتعلق بترتيب البلدان العربية حول عدد مستعملي الانترنت.

ويوضح الجدول التالي ترتيب البلدان العربية حسب عدد مستعملي الانترنت حتى نهاية أوت من سنة 2002.

الجدول رقم 2: ترتيب البلدان العربية حسب عدد مستعملي الانترنت حتى نهاية شهر أوت 2002.⁷

الرتبة	البلد	عدد المستعملين	معدل الاختراق
1	السعودية	1600000	6.81%
2	مصر	1500000	2.11%
3	الإمارات	900000	27.96%
4	المغرب	510000	1.61%
5	الجزائر	500000	1.59%
6	لبنان	460000	11.22%
7	تونس	460000	4.60%
8	الأردن	320000	6.04%
9	الكويت	205000	8.91%
10	سوريا	200000	1.05%
11	البحرين	150000	22.06%
12	عمان	150000	5.56%
13	ليبيا	125000	2.36%
14	فلسطين	103000	3.03%
15	السودان	70000	0.21%
16	قطر	60000	7.59%
17	اليمن	40000	0.21%
18	العراق	25000	0.10%
	المجموع	7378000	2.54%

كذلك فقد تضاعف عدد مزودي خدمات الانترنت من واحد أو اثنين منهم في كل بلد ليصل إلى العشرات ويشير الجدول التالي إلى عدد مزودي الانترنت في الوطن العربي.

2- التجارة الإلكترونية:

من الصعب تحديد حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي حيث أن العديد من الشركات والأفراد يمارسونها بشكل جزئي ، حيث أنهم يستخدمون الانترنت للبحث ومقارنة السلع ولم يتابعوا عمليات الشراء والبيع بالطرق التقليدية ويقدر الخبراء إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي عام 1998 بحوالي 90 مليون دولار، ويتراوح مستخدمي الانترنت في المنطقة العربية بين 350-450 ألف مستخدم أي بنسبة 4% من إجمالي المستخدمين فقد تم تقدير إجمالي حجم التسويق الإلكتروني في المنطقة العربية خلال عام 1997 بحوالي 9 ملايين دولار أي 11.5 مليون دولار أمريكي وأغلب مصادر المشتريات خارجية بنسبة 92 % وداخلية بنسبة 8 % فقط وقد تنوعت أساليب الدفع فجمعت بين الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية 52 % والدفع بشيكات بنسبة 30 % والتحويل البنكي 8 % والدفع النقدي % 10.⁸

حسب مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فإن المبادلات التجارية العربية عبر الانترنت بلغت سنة 2001 نحو 100 مليون دولار مقارنة ب 74 مليار دولار على المستوى العالمي، وتشير الإحصائيات إلى أن المبادلات التجارية البينية العربية لا تمثل سوى 10 % من إجمالي حجم التجارة العربية الخارجية البالغة نحو 300 مليار دولار.⁹

وفي إحصائيات أخرى وصل حجم التجارة الإلكترونية العربية 11.5 مليون دولار عام 1997 وإلى 50 مليون دولار عام 1999 مع زيادة مستمرة خلال عامي 2001-2002.

ولقد تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية من حيث حجم التجارة الإلكترونية بقيمة 3.1 مليار دولار تليها مصر بنحو 500 مليون دولار فيما توزعت 2.1 مليار دولار الأخرى على باقي الدول العربية.

وجاءت في دراسة لإدارة البحوث الاقتصادية التابعة للبنك الأهلي المصري أن حجم التجارة الإلكترونية العربية حاليا يبلغ 3 مليار دولار فيما يتوقع أن يصل نحو 5 مليار دولار بنهاية عام 2002 وذلك بمقابل 3.1 تريليون دولار عالميا.¹⁰ وأنه ما يدفع إلى أهمية التواجد العربي في مجال التجارة الإلكترونية والعمل بما يمكن نحو تقليل الفجوة الرقمية في العالم العربي، هو أن هناك نحو 92 % من القادرين على التعامل التجاري الإلكتروني يستخدمون مواقع غير عربية مما سيعرض السلع العربية إلى مخاطر جمة إن لم تتجه الدول العربية (حكومات وأشخاص) بقوة نحو استخدام التجارة الإلكترونية للتعريف بالسلع العربية وتعميق حضورهم وفعاليتهم ومنافستهم في الأسواق التجارية العالمية المفتوحة عبر شبكات الاتصال المختلفة، كما أنه توجد حاجة ملحة أيضا إلى إدراك أن التجارة الإلكترونية لم تعد خيار نقبل به أو نرفضه وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الاقتصاديين وأصحاب الأعمال في العالم، وإضافة إلى ذلك يجب على العالم العربي ككل أن يولي اهتماما كبيرا إلى المحتوى العربي من الناحية اللغوية والناحية الثقافية للمحافظة على لغتهم وثقافتهم التي تتعرض لمخاطر جمة من عدم قدرتهم على مجابات التقدم والثورات السريعة والمتلاحقة في عالم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.¹¹

وتشير بعض التقارير إلى أن تعاملات التجارة الإلكترونية في سنة 2003 متوقع لها أن تنمو في قيمتها لتصل إلى 3 بليون دولار أمريكي وهو ما يمثل معدل زيادة تقدر ب 800 % على مستواها الحالي، ويقدر حجم التجارة التقليدية العربية ب 250 بليون دولار أمريكي حاليا منها 400 مليون كتجارة إلكترونية تمثل التعاملات البنكية جزءا كبيرا منها، وللمقارنة فإن قيمة التبادلات التجارية الإلكترونية على المستوى الدولي بلغت سنة 2000 ما قيمته 367 بليون دولار في حين تقدر قيمتها سنة 2003 ب 1.23 تريليون دولار.¹²

وفي دراسة قامت بها مجموعة (دي أي تي) طرحت فيها استبيانات لمجموعة من مستخدمي الانترنت ومزودي خدمات الشبكة، وأصحاب المتاجر الإلكترونية المتواجدة، وشركات تطوير البرمجيات، وشركات إحلال التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية، كانت النتائج بالنسبة للوطن العربي تدعو للوقوف أمام معوقات التجارة الإلكترونية، فقد أفادت الدراسة بأن نسبة من قاموا بعمليات شراء على الشبكة من بين مستخدمي الانترنت العرب لم تتجاوز نسبتهم 4 % بينما امتنع 96 % من مستخدمين عرب عن ممارسة الشراء عبر الانترنت حيث كانت أعلى نسبة في ذلك لصالح مشتريات برامج الكمبيوتر 23 %، الكتب 22%، الهدايا 7 %، العطور والإلكترونيات 10 %، حجز تذاكر السفر 7 %، وتراوحت قيمة مشتريات الأفراد بين أقل من 50 دولار كحد أدنى و 400 دولار كحد أقصى، أما معدل مجموع مشتريات الفرد الواحد على مدار العام فقد بلغت 644 دولار، وقدر مجموع حجم الإنفاق من خلال التجارة الإلكترونية في الوطن العربي نحو 11.5 مليون دولار.¹³

من أمثلة المشروعات الإلكترونية بالمنطقة العربية نذكر بعض الحالات:¹⁴

أ- شركة تكنولوجيا بن تيمور (Baltimore Technologies):

وهي شركة رائدة في نظم الأمان الإلكترونية (E-Security) على المستوى الدولي ولقد كلفت هذه الأخيرة شركة محلية في دبي تدعى مجموعة حلول الانترنت كموزع رئيسي لها في الشرق الأوسط ومصر، وتتمثل خدمات هذا الموزع في التسويق والمبيعات والدعم الفني والتدريب والاستشارة.

ب- موقع تجاري (Tejari.com):

ويعتبر هذا الموقع الإلكتروني الذي يتمركز بدولة الإمارات العربية المتحدة أول سوق إلكتروني من نوع التجارة الإلكترونية ما بين المؤسسات. لقد تعاقد هذا الأخير مع الكليات التقنية العليا بدولة الإمارات سنة 2002 وذلك من أجل توعية طلبة هذه الأخيرة وتدريبهم على التجارة الإلكترونية، يقوم الموقع التجاري بتوفير محاكاة (SIMULATION) تسمح لطلبة التقنية بالتعرف على كيفية إدارة

الأعمال الإلكترونية بنجاح والاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية محليا، جهويا ودوليا.

ج- موقع الدكان (ALDOUKAN.COM):

وهو موقع تجاري لبناني أسس سنة 2001 يمنح المسوقين فرصة التبضع من 500 صنف من المواد الغذائية لـ 20 منتج على المستوى العالمي، وعندما يختار العميل صنفا معيناً فإن الطلبية تمر مباشرة إلى المنتج (المزود) ولكن الدكان يتكفل بمسائل التغليف والشحن.

د- الأكاديمية العربية المفتوحة للتجارة الإلكترونية.

وهو عبارة عن مشروع جهوي لإنشاء الأكاديمية العربية المفتوحة للتجارة الإلكترونية بمصر تحت إشراف الاتحاد العربي للاتصالات والهدف منها هو تنمية المبادلات البنينة العربية الكترونيا وتكوين الكوادر المؤهلة وذلك بمنح الطلبة شهادات متوسطة وعالية في التخصصات الفنية مثل الانترنت وغيرها.

هـ- السوق الافتراضية (Virtual Souk)

ثم إنشاء السوق الافتراضية في جانفي 1998 من طرف منظمات غير حكومية في المغرب وتونس بمساهمة منظمات دولية مثل البنك الدولي وتنسيق رجل أعمال لبناني مقيم بفرنسا. ونشأت الفكرة أولا عندما نظمت جمعية "أكتل" المغربية غير الحكومية معرضا لبيع منتجات حرفية بالتوازي مع المنتدى المتوسطي الأول والذي عقد في مراكش المغربية (ماي 1997) وتم آنذاك إنشاء موقع على الانترنت يعرف بمنتجات الجمعية وحرفييها بالتعاون مع البنك الدولي، ونظرا للاهتمام الكبير بالمعرض والموقع الذي شجع على بيع كل المعروضات تقرر إنشاء السوق الافتراضية.

3- معوقات التجارة الإلكترونية في الوطن العربي:

إن معظم الدول العربية مازالت تحاول ترويج فكرة التجارة الإلكترونية التي لم تنتشر بالقدر الكافي ويظهر ذلك جليا من خلال التقديرات التي تم عرضها فيما

سبق، علماً أن معظم عمليات التجارة الإلكترونية تمت في دول الخليج، أما عن العوائق التي تقف حجر عثرة في طريق انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية فهي متعددة.¹⁵

إذ مازالت البنى التحتية الضرورية غير مناسبة لاستخدام تلك الأساليب، كما أن تكلفة الاتصالات والحوسيب مرتفعة بالنسبة لمستوى الدخل الفردي، أما القوانين والأنظمة فلا تتماشى مع احتياجات هذه التكنولوجيات وتطبيقاتها. و نقدم فيما يلي مؤشرات توضح هذا الوضع في البلدان العربية المختلفة:

- البنى التحتية: تعد الخطوط الهاتفية (الثابتة والنقالة)، الانترنت والحوسيب الشخصية (PC)، إضافة إلى الحوسيب المضيفه للانترنت، والنطاقات العليا للانترنت عناصر أساسية لتطور وانتشار التجارة الإلكترونية. وتبين الإحصاءات أن المؤشرات المرتبطة بهذه البنى التحتية جميعها ذات مستوى متدن في معظم الدول العربية وهي بعيدة في معدلاتها عن المعدل الوسطي العالمي. كما أن ثمة فروقاً كبيرة بين الدول الخليجية والدول الأخرى من حيث توفر خطوط الهاتف الثابت والنقال، وذلك في عدد الحوسيب وعدد مستخدمي الانترنت، فبينما تقترب معدلات الدول الخليجية من معدلات دول العالم في توفر الهاتف الثابت والنقال والحوسيب الشخصية، فهي مازالت بعيدة عن نظيراتها في دول كانت تدرج في تعداد الدول النامية إلى عهد قريب مثل الشيلي وكوريا الجنوبية، وتتميز الإمارات العربية عن باقي الدول الخليجية في هذا المضمار كما يتميز لبنان عن باقي الدول العربية غير الخليجية. وإذا نظرنا إلى التطور الحاصل منذ عام 1995 في مجالات البنية التحتية، نجد أنه على الرغم من التحسن الملحوظ خلال السنوات الثلاث الأخيرة إلا أن الفارق بين معدل الوسطي للدول العربية ونظيره في دول العالم والدول الخليجية بالنسبة لجميع المؤشرات ماعدا الهاتف الثابت يتزايد باستمرار، وهذا يعني أن الوضع يتردى مع مرور الزمن، كما أن الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة ستزداد إذا لم تتخذ إجراءات

سريعة لإعطاء موضوع البنية التحتية التكنولوجية الحديثة ما تستحقه من اهتمام.

- تكلفة الحواسيب والاتصالات: ما زال اقتناء الحواسيب مكلفا لمعظم الشركات الصغيرة في الوطن العربي على الرغم من انخفاض أسعار التجهيزات الحاسوبية عالميا، خاصة إذا أضفنا تكلفة البرمجيات التطبيقية التي تصمم في غالب الأحيان خصيصا للشركة المستثمرة، ويتطلب تأهيل العاملين على استخدام تكنولوجيا المعلومات تكاليف إضافية تثقل كاهل هذه الشركات فتحاول الاستغناء عن الحاسوب، كما أن الدخل الفردي في معظم الدول العربية لا يسمح باقتناء الحواسيب الشخصية بسهولة، أما كلفة الانترنت فهي مرتفعة نسبيا، وبالتالي فليس من المستغرب أن يبقى استخدام شبكة الانترنت وتطبيقات التجارة الإلكترونية محصورين بفضة صغيرة في معظم الدول العربية. ويضاف إلى ذلك أن تكلفة الاتصالات الداخلية للانترنت مازالت مرتفعة في العديد من الدول العربية غير الخليجية، وهذا ما لا يشجع مطلقا على استخدام الانترنت من قبل الأفراد والشركات الصغيرة التي قد لا تتحمل مصاريف إضافية. إن القوانين والتشريعات في الدول العربية لم تتطور بعد لتأخذ بالاعتبار تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من تطبيقات جديدة مثل التجارة الإلكترونية. فهي لا تغطي نواحي مهمة مرتبطة بالتطور التكنولوجي المذكور، وبالأخص فإن قوانين الملكية الفكرية قاصرة في معظم الأحيان، ذلك أنها لا تحمي مؤلف المنشورات الإلكترونية أو البرمجيات، وحتى عندما تسن هذه القوانين فإنه لا تتوافر أدوات تنفيذها ولا تتخذ الإجراءات الضرورية لوضعها قيد التطبيق. ويضاف إلى ذلك أن التعامل الإلكتروني مابين مؤسسات مختلفة أو بين مؤسسات وأفراد يحتاج إلى تعديل الأنظمة والقوانين لتتماشى 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 ممارسة التجارة الإلكترونية (ومنها النشر الإلكتروني)؛
- وضع قوانين للانتقال إلى اقتصاد المعرفة، ضف إلى ذلك عدم الوعي العام بمثل هذا النوع من التجارة ومشاكل عدم الإلمام باللغة الإنجليزية.¹⁶

المحور الثاني: استعراض تجارب بعض البلدان العربية

تطرقنا من خلال المحور السابق إلى واقع الانترنت في الوطن العربي بصفة عامة، وارتأينا من خلال هذا المبحث الوقوف على هذا الواقع وذلك من خلال تناولنا لثلاثة بلدان عربية، اخترنا منها مصر باعتبارها الدولة العربية التي تحتل المراتب الأولى فيما يخص انتشار استعمال الانترنت وكذلك باعتبارها قامت بوضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية ولكنه لم يتم المصادقة عليه حتى الآن.

والبلد الثاني الذي وقع عليه اختيارنا هو تونس باعتبارها أول دولة عربية قامت بوضع قانون التجارة والمعاملات الإلكترونية في سنة 2000.

والبلد الثالث الذي وقع اختيارنا عليه هو الجزائر حيث أظهرت جل الدراسات على أنه لا توجد أي معطيات حول هذه التجارة لدى الجهات المعنية وهي وزارة التجارة، رغم الإيجابيات التي ستوفرها التجارة الإلكترونية للاقتصاد الجزائري لو تم اعتمادها.

1 - حالة مصر :

إن الانترنت لم يظهر في مصر إلا في عام 1993 ، ففي هذا العام أدخل مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري هذه الخدمة، وقدمها مجاناً لمدة ثلاث سنوات، وذلك على سبيل التعريف بها وزيادة الوعي بأهميتها، وقد ظل استخدام الانترنت محدوداً حتى عام 1997، حيث بلغ عدد المستخدمين 45 ألف شخص ليس غير، ومع السماح للشركات الخاصة بتقديم خدمة الانترنت في مصر، شهد أعداد مستخدميها طفرة ضخمة، فقد ارتفع العدد إلى أربعة أضعاف في عام 1998 حيث بلغ 180 ألف مستخدم، ثم زاد بنسبة 67% في عام 1999، حيث وصل العدد إلى 300 ألف وكذلك في عام 2000 حيث أصبح العدد 500 ألف.

وتشير الإحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنت لا يزيد على 7 لكل 1000 من السكان، أي 0.7% من عدد سكان مصر، والنسبة الكبرى من هذا العدد 82% تتركز في القاهرة الكبرى والإسكندرية، ومن المقرر إتاحة الانترنت مجاناً أي دون اشتراك مسبق له اعتباراً من شهر سبتمبر 2001 وذلك اكتفاء بسداد المستخدم بقيمة المكالمات المحلية عند اتصاله بالانترنت.¹⁷

ولقد بلغ عدد مستعملي الانترنت في مصر سنة 2001 ما يقارب 540 ألف مستعمل، ومن المنتظر أن يصل عددهم إلى 2.6 مليون مستعمل بحلول 2005. وتقدر مجموعة الاستشاريين العرب بأن عدد مزودي خدمة الانترنت الكبار يبلغ عددهم في سنة 2002 بـ 13 مزوداً إضافة إلى 65 مزوداً صغيراً وافتراسياً ومن المتوقع أن يصل عدد هؤلاء المزودين سنة 2006 إلى 145 مزوداً.

إن كثافة استخدام الانترنت في مصر لا تزال محدودة ولكن ما يوحى بالتفاؤل هو أن معدلات النمو لمستخدمي الانترنت في تزايد مستمر حيث أنها تقترب من 30% سنوياً، الأمر الذي يعكس قابلية المجتمع المصري لاستخدام الانترنت.¹⁸

أما فيما يخص التجارة الإلكترونية في مصر فقد قدر حجم هذه الأخيرة ب 2 % من حجم المعاملات التجارية التي تتم في جميع أنحاء العالم ومتوقع أن تصل إلى 10 % في عام 2002.

بالرغم من أنه يزداد الاهتمام بها في مصر إلا أنه يقتصر على الشكل البسيط مثل استخدام البريد الإلكتروني بدلا من الهاتف والفاكس كما يقتصر على إقامة مواقع ومتاجر إلكترونية على الانترنت بغرض الترويج بالمنتجات والخدمات وكيفية الحصول عليها وهو الأمر الذي توقفت عنده بعض الشركات العاملة في مجال التجارة الإلكترونية حيث قامت هذه الشركات بعرض المنتجات والتعرف على أسعارها والسماح للمستهلكين بعمل أوامر شراء وتتجه بعض المنظمات والهيئات الحكومية إلى الوسائل الإلكترونية في أداء الأعمال وتوجه له جزء من استثماراتها ورغم ذلك نجد أن الاستخدام مقصور على تلقي وإرسال العروض والتفاوض حول الصفقات. وهناك ما يقرب من 444 موقع لأداء التجارة الإلكترونية باستخدام الانترنت ويتزايد بمعدلات مرتفعة في مصر وبصورة خاصة في مواقع المعاملات المالية يقدر عددها بحوالي 12 موقع موزعة على مواقع الإعلام وقطاع الخدمات والسياحة والخدمات التجارية وهذه المواقع في تزايد مستمر في المستقبل ورغم وجود مشاكل في نظم الدفع بالطريقة الإلكترونية.¹⁹

ونشير إلى إحدى أدوات الدفع الرئيسية في مجال التجارة الإلكترونية في مصر وهي بطاقات الائتمان، وطبقا للإحصاءات الصادرة أواخر عام 2000 أو أوائل عام 2001، تشير إلى 416 ألف بطاقة أي نسبة حاملي بطاقات الائتمان في مصر لا تزيد عن 0.6 % من إجمالي عدد السكان.²⁰

في الواقع أن مصر لا توفر جهدا في اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لدخولها في مجال التجارة الإلكترونية ويظهر ذلك من خلال:²¹

أ- تكوين لجنة التجارة الإلكترونية عام 1997 كإحدى اللجان المنبثقة من الجمعية المصرية للانترنت، بهدف طرح رؤى ووجهات وطنية تشترك في صياغتها

جهات حكومية وخاصة تمثل القطاعات المختلفة من مجتمع الأعمال المصري، من أجل وضع مصر على خريطة التجارة الإلكترونية العالمية، واستطاعت هذه اللجنة أن تقف خلال العامين الماضيين (2000-2001) على أهم المشكلات التي تواجه مجتمع الأعمال المصري، وهو في طريقه للتحويل نحو العصر الجديد.

ب- تم تشكيل لجان دائمة تشريعية تحت إشراف وزارة العدل تضم في عضويتها كل الجهات المعنية وقطاع الأعمال العام والخاص واتحاد الصناعات، وذلك لمتابعة ودراسة جميع اتفاقيات منظمة التجارة العالمية ووضع التصورات المستقبلية حول التعديلات اللازمة للإصلاح التشريعي في كل ما يتعلق بالمعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنت إلى جانب تحديد النظام القانوني الذي سيتفق مع البيئة الاقتصادية الحرة، واستخدام الشبكة الإلكترونية في مجال التجارة وتجسيد ذلك في مشروع القانون المصري للتجارة الإلكترونية.

أعدت الحكومة المصرية مشروعاً لقانون التجارة الإلكترونية يتألف من 35 مادة، ويبدأ المشروع بتعريف عدد من المصطلحات كالتجارة الإلكترونية، المحرر الإلكتروني، العقد الإلكتروني، والوفاء الإلكتروني.

ومن الملاحظ أن مشروع القانون المصري قد أخذ بمفهوم للتجارة الإلكترونية أضيق بكثير مما جاء في قانون الأونسيترال النموذجي. فقد إنحصرت التجارة الإلكترونية في تبادل السلع والخدمات في المشروع المصري، بينما يضيف القانون النموذجي أنشطة تجارية أخرى كثيرة.

ج- تم وضع برنامج على مدى سنتين لتغطية محافظات مصر بالنقاط الفرعية لنقطة التجارة الدولية، بحيث يتم تنفيذ البرنامج المصري الشامل للتجارة الإلكترونية، ووضع الإجراءات الأساسية اللازمة.

وفيما يخص المشروعات الموجهة للأفراد (B2C) فإن أغلب المواقع التجارية في مصر توفر كتالوجاً لمنتجاتها على المباشر يمكن الزبائن من التسوق المباشر بخصوص بعض السلع مثل الصناعات التقليدية والزهور وبرامج الكمبيوتر... إلخ، بما

أن أغلب الصناعات والمشروعات الاقتصادية لا تزال في يد الحكومة (70%) فإن تبني هذه المؤسسات العمومية للحلول الإلكترونية لا يزال ضعيفا إذا ما قورن بالقطاع الخاص. مع ذلك يمكن ذكر بعض المشروعات التي بدأت تطبيق التجارة الإلكترونية البينية (B2B) بمصر:

- مشروع تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) على مستوى الهيئة البحرية المصرية.
- الشركة المصرية للألنيوم.
- سوق رأسمال المصري.
- قطاع البنوك.
- د- يقول المسئول الأول عن التجارة في مصر، وهو وزير التموين والتجارة أن مصر دخلت سوق التجارة الإلكترونية منذ اجتماع مايو 1998 لمنظمة التجارة العالمية. حيث تعهدت الدول المشاركة في هذا الاجتماع بعدم وضع أي معوقات أمام التجارة الإلكترونية، وخاصة على المعلومات والوسائل المتبادلة عبر الانترنت.
- هـ- أكد المشرف على مركز معلومات مجلس الوزراء ودعم اتخاذ القرار، أن هناك أكثر من 350 شركة مصرية من قطاع الأعمال والقطاع الخاص على شبكة الانترنت تعرض منتجاتها، وأن الهدف من هذه الخدمة هو جذب عملاء جدد للمنتجات المصرية، والعمل على زيادة حجم الأعمال التصديرية بنسبة 25%.
- و- أسس اتحاد بنوك مصر ثلاث لجان تكنولوجية وفنية وقانونية وذلك لمواجهة مشاكل التعاملات البنكية عبر الانترنت، وخلق حلول تشريعية للتجارة الإلكترونية تتفق مع القانون التجاري المصري وقرار هيئة السوق الخاص بسرية التجارة الإلكترونية. وتدرس الآن بنوك مصر تشييد شبكة مصرفية آمنة، يمكن للبنوك أن تتبادل من خلالها المعلومات الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، سواء كانت معلومات شبكية أو ائتمانية.

وتم في سنة 1999 تأسيس الجنة المصرفية للتجارة للإلكترونية على مستوى وزارة التجارة وتبني مبادرة التجارة الإلكترونية بمصر وهي عبارة عن خطة متكاملة للنهوض بهذا القطاع وتطويره.

لا تزال المشروعات التي تتبنى حلول التجارة الإلكترونية في مصر قليلة وفي المرحلة التجريبية حيث سجلت في منتصف 1998 فقط 10 مواقع متكاملة لتوفير خدماتها التسويقية عبر الانترنت.

ومن بين المبادرات المهمة والتي قامت الحكومة المصرية بتنفيذها أخيراً إنشاء البوابة الإلكترونية المصرية والتي تتكفل بعرض كافة الأنظمة والقوانين والإجراءات المتعلقة بالصناعة المصرية بما فيها التسهيلات الاستثمارية والجمركية ومن جهة أخرى تحتوي البوابة على المعلومات التفصيلية المتعلقة بقطاع الصناعة في مصر وبأنشطة الغرف الصناعية، على أن يتم في مرحلة لاحقة تخصيص مواقع فرعية متخصصة لكل غرفة صناعية محلية لنفس الغرض.

وتوجد مشاريع حكومية أخرى في قيد الإنجاز في قطاع الجمارك والصحة ويمكن أن تتدرج ضمن التجارة الإلكترونية البينية (B2B).²²

يواجه مجتمع الأعمال المصري عدة عقبات تعوق انتشار التجارة الإلكترونية منها:²³

- انخفاض الوعي بإمكانية عقد الصفقات التجارية إلكترونياً، كذلك لا يوجد خيار أمام الشركات للوصول إلى الشركات التجارية في الدول العربية المختلفة؛
- عدم توافر عنصرى السرية والأمان وعدم وجود ضمانات حتى تتوفر بيئة ملائمة لنمو التجارة الإلكترونية؛

- عدم توافر الثقة بين أطراف لم تتم بينهم أي مقابلة ملموسة؛
- عدم مساندة الأنظمة القانونية والتشريعية في المجتمع المصري ومن ثمة لا يوجد ضمان في حالة حدوث أي خلافات من قبل الطرف الثاني في العملية التجارية وبالتالي تتطلب معظم العمليات التجارية التقليدية وجود ضامن ثالث ليمثل ذلك نوعاً من الأمان لطرفي العملية التجارية. أما في حالة المعاملات الإلكترونية فإنه

لا يوجد ضامن ثالث وبالتالي ينتاب طرقي المعاملة التجارية نوعا من القلق والخوف وعدم الثقة.

2- حالة تونس:

سجل تقرير إحصائي مؤخرا ارتفاع عدد مستخدمي شبكة الانترنت في تونس إلى حوالي 550 ألف مستخدم، وأضاف التقرير الذي نشر بمناسبة انعقاد مؤتمر السنوي للمنظمة العالمية المكلفة بتنسيق عناوين الانترنت (إيكان) في تونس مؤخرا أن طاقة الربط بشبكة الانترنت العالمية في تونس تضاعفت بشكل ملحوظ لترتفع من 0.5 ميغابايت/ثا عام 1997 إلى 155 ميغابايت/ ثا، وهو مستوى الذي يضع تونس في مقدمة الدول النامية في هذا المجال لا سيما القارة الإفريقية. وتمثل طاقة الربط بشبكة الانترنت في تونس حاليا 1/5 طاقة الربط الإجمالية للقارة الإفريقية بأكملها بشبكة الانترنت العالمية. وجاء في تقرير أيضا أن عدد المراكز العمومية للانترنت قد ارتفع بحوا لي 300 مركز موزعة في مختلف أنحاء هذه الدولة العربية بالإضافة إلى ارتفاع عدد مزودي خدمات الانترنت ليلج 12 مزودا من القطاعين العمومي والخاص. وكانت السلطات التونسية المعنية قد اتخذت سلسلة من الإجراءات التشجيعية لتطوير استخدامات التكنولوجيا الحديثة للاتصال والمعلومات بشكل عام وشبكة الانترنت بشكل خاص عبر تخفيض رسوم الربط بالشبكة بواقع 50% لفائدة المؤسسات الاقتصادية.

وتوقعت دراسة مختصة أن يرتفع عدد مستخدمي الانترنت في تونس من 500 ألف مستخدم إلى نحو مليوني شخص بحلول عام 2006. وقالت الدراسة التي أعدتها الدوائر التونسية المختصة في قطاع تكنولوجيا الاتصالات الحديثة أن عدد مواقع الانترنت التونسية سيصل إلى نحو 20 ألف موقع في خلال الفترة نفسها أي 2006.²⁴

أما في مجال التجارة الإلكترونية فتونس تعتبر أول دولة عربية تسن قوانين خاصة وصريحة لتنظيم أعمال التجارة الإلكترونية فقد صدر في تونس القانون المتعلق

بالتجارة والمبادلات الإلكترونية وذلك في 09 أوت 2000 والغاية من هذا القانون ضبط القواعد العامة المنظمة للمبادلات التجارية الإلكترونية، كما جاء القانون لتدقيق المصطلحات المتعلقة بالمبادلات التجارية الإلكترونية وأهمها:

- شهادة المطابقة الإلكترونية؛

- مزود خدمات المطابقة الإلكترونية؛

- منظومة إحداث الإضاء؛

- وسيلة الدفع الإلكتروني.

وقد حدد القانون التونسي للتجارة والمبادلات الإلكترونية طرق التعامل بالوثيقة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني كما نص على إحداث هيئة وطنية (مؤسسة عامة) للمصادقة الإلكترونية وحدد مهامها وأخضع علاقاتها مع الغير إلى التشريع التجاري. وحدد القانون كيفية الحصول على شهادات المصادقة الإلكترونية وشروط المبادلات التجارية الإلكترونية التي تحدد للبائع والمستهلك في أن معا شروط التعاملات التجارية الإلكترونية ووضح الحالات التي يمكن فيها للمستهلك إعادة البضاعة ضمن فترات زمنية محددة. ساهم هذا القانون وهذه الهيئة التي أنشأت بناء عليه في بناء الثقة بين البائع والمستهلك عن طريق الشبكة، وفي الباب الأخير من هذا القانون تم تحديد العقوبات ومدتها والغرامات وقيمتها على كل مخالف وعلى كل نوع من أنواع المخالفات. وربما يكون هذا القانون من التشريعات الرائدة التي صدرت في الوطن العربي في مجال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، ونعتقد أنه لا يمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم في أي بلد دون أن يسبقها تشريعات وقوانين تضبط عملها و تعترف بالوثيقة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وتحدد طريقة استخدامها.²⁵

لقد قطعت تونس أشواطاً كبيرة مقارنة ببلدان عربية أخرى في التجارة الإلكترونية وهي تحرص على تبوء مكانة مرموقة في هذا المجال، حيث في

نوفمبر 1997 تكونت اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية تحت إشراف وزارة تكنولوجيا الاتصال ووزارة التجارة.

وقد تم تكوين فرق عمل للإلمام بالموضوع من مختلف جوانبه وتقديم مقترحات لتجاوز الإشكاليات القائمة وتم بالخصوص اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتمكين المؤسسات التونسية من الاستفادة من التجارة الإلكترونية وفتح الأفق أمامها لاقتحام هذا النوع الجديد من التجارة وتتمحور هذه الإجراءات في:

- تسهيل عمليات التصدير باستعمال التقنيات الحديثة للاتصال والإعلام؛
 - انجاز تجربة نموذجية للتجارة الإلكترونية؛
 - وضع إطار قانوني ملائم (القانون عدد 83 لسنة 2000 المتعلق بالتجارة والمبادلات الإلكترونية؛
 - وضع برامج للتحسيس والتكوين على غرار قوافل الانترنت؛
 - متابعة المستجدات على الساحة العالمية أهم الأهداف للاندماج في التجارة الإلكترونية؛
 - تحسيس القدرة التنافسية للمؤسسات التونسية؛
 - التمكين من الوصول إلى أسواق جديدة؛
 - الاندماج في مسالك التوزيع بالخارج؛
 - تحسين هوامش المؤسسات التونسية عن طريق التقليل من الوسطاء؛
 - النهوض بصادرات سلع وخدمات جديدة؛
 - فتح أفاق جديدة أمام حاملي الشهادات العليا.
- وترتكز الإستراتيجية التونسية في مجال التجارة الإلكترونية على :
- تمتين الثقة لدى المستعملين عن طريق وضع الإطار القانوني الملائم والضامن لحقوق مختلف الأطراف؛
 - تحسين البنية الأساسية الاتصالية لتمكين مختلف المتعاملين من الاندماج في الاقتصاد الجديد بأيسر السبل وبالتالي ضمان تطور التجارة الإلكترونية؛

- التركيز على مزايا التجارة الإلكترونية بما يسمح لأغلب المؤسسات و المستهلكين والمنظمات من استعمال آليات هذه التجارة. وبفضل هذه الإستراتيجية تمكنت تونس من تحقيق العديد من الإنجازات ومن أهمها:

- إحداث وسيلة دفع إلكترونية "الدينار الإلكتروني" والذي ساهم في تنمية التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلكين وبين الإدارة والمواطنين، ومنذ دخول هذه الوسيلة حيز التنفيذ تم تسجيل العديد من المعاملات الإلكترونية ومن المنتظر أن تشهد هذه المعاملات تطورا كبيرا خلال الفترة المقبلة بفضل العديد من المشاريع على غرار الرواق التجاري للمغازة العامة (www.smg.com.t) ودفع فواتير الماء والكهرباء والهاتف عبر شبكة الانترنت؛
- تطور عدد مستعملي الانترنت ليلعب في جانفي 2002 حوالي 420 ألف مستعمل؛
- انجاز تجربة نموذجية للتجارة الإلكترونية تتضمن رواق تجاري افتراضي شاركت فيه العديد من المؤسسات في قطاعات واعدة في مجال التصدير؛
- إقبال العديد من المؤسسات على الانتفاع بإعانة صندوق النهوض بالصادرات (50% من تكلفة إنجاز مواقع الوب) لإنجاز مواقع تجارية أو تعريفية؛
- إحداث إدارة صلب وزارة التجارة تعني بالتجارة الإلكترونية والاقتصاد اللامادي. وتجدر الإشارة أن مشروع شركة المغازة العامة المشار إليه سيكون له دورا هاما في تنمية التجارة الإلكترونية وإرساء قواعد متطورة للنهوض بالقطاع التجاري.²⁶

3- حالة الجزائر:

يرجع استعمال الانترنت في الجزائر إلى شهر مارس من سنة 1994 وتم ذلك عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني CERIST السيريست الذي أنشئ في شهر أفريل من سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وكانت مهمته الأساسية يوم ذاك العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

ففي البداية تم ربط الجزائر بالانترنت عن طريق إيطاليا بمشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى "ريناف RINAF" وكانت سرعة الارتباط ضعيفة جدا آنذاك حيث لم تتجاوز KO 9.6، بعد سنتين أي سنة 1996 ارتفعت سرعة الخط إلى KO 64 وأصبح يمر عبر العاصمة الفرنسية باريس ثم ازدادت هذه السرعة إلى 1 ميغابايت/ثا في نهاية سنة 1998 وتم استعمال الأقمار الصناعية لربط الجزائر بواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية.

وفي شهر مارس من سنة 1999 وصلت سرعة الانترنت بالجزائر إلى 2 ميغابايت/ثا وتم إنشاء أكثر من 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول المنتشرة عبر التراب الوطني (الجزائر العاصمة، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان) و المرتبطة كلها بنقطة خروج وحيدة على مستوى الجزائر العاصمة.

وقدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 ب 130 هيئة وارتفع سنة 1999 إلى 800 هيئة موزعة كالتالي:

- 500 في القطاع الاقتصادي.
- 100 في القطاع الجامعي.
- 150 في القطاعات الأخرى.
- 50 في القطاع الطبي.

أما بالنسبة لعدد المشتركين فقد وصل إلى 3500 مشترك في سنة 1999 ولأن هناك تباين كبير بين عدد المشتركين ومستعملي الانترنت في الجزائر نظرا لانخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات (مثل مقاهي الانترنت، مدياتيك، مؤسسات...الخ) بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فإنه يمكن تقدير أن هناك حوالي 180 ألف مستعمل للانترنت لحوالي 50 مستعمل لكل اشتراك.

قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت.

وبموجب هذا التوجه الجديد منحت 65 رخصة حتى نهاية سنة 2001 للخواص بغرض تقديم خدمات الانترنت إلا أن جلهم لم يدخل بعد في الخدمة لأسباب عديدة أهمها هو تأخر شبكة الاتصالات عن مواكبة التطور وبالتالي بطئ سرعة الانترنت.

وبهذا حاولت وزارة الاتصالات الجزائرية أن تنفذ العديد من المشروعات لتدعيم وتوسيع البنية التحتية والاتصالات عبر الأقمار الصناعية ومنها مشروع انطلاق شبكتين عن طريق الساتلين VSAT و IMMARSAT مما يسمح دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع مع المشتركين بشبكة الانترنت.

كما وفرت وزارة الاتصال خط اتصال أساسي (BACKBONE) من الألياف البصرية قدرته 34 ميغابايت/ثا قابل للتوسيع لغاية 144 ميغابايت/ثا، لتمكين موزعي خدمات الانترنت وبعض مؤسسات الاتصال من الارتباط بالشبكة الدولية على وجه أحسن.

كما أن وزارة الاتصال أقامت شبكة تابعة لها لتقديم خدمة الانترنت تستهدف كافة ولايات الوطن تفوق سعتها 10 آلاف خط ويتوقع أن يشترك فيها 100 ألف مشترك.

ومن مميزات هذه الشبكة الحكومية أنها تنظم العديد من الخدمات الموجودة حالياً على الوب web إضافة إلى الخدمات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية. وقد عمل مركز البحث والإعلام العلمي والتقني السيريست CERIST على تدعيم بنيته التحتية حيث بدأ في مشروع يربطه بموزعه في الولايات المتحدة الأمريكية بخط تبلغ سعته 30 ميغابايت/ثا.

كما يقوم السيريست CERIST بتزويد المشتركين العوام بأكثر من 20 نقطة وصول للانترنت وكذا 43 خط متخصص لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي و 48 خط متخصص لبقية القطاعات الأخرى ومنهم الموزعين الخواص.

ويصل عدد الخطوط الهاتفية التي تمكن من الوصول إلى الانترنت ب 2000 خط هاتفي يمكن 250 ألف مستعمل من هذه الخدمة و20 ألف مشترك سنة 2001 حسب مصادر السيربيست. وقد حظر المركز نفسه لخوض غمار التجارة الإلكترونية من خلال تنمية البرامج وبناء المواقع الإلكترونية، أي تحضير البنية التحتية لهذا النوع من التجارة، ونذكر بأن هذا المركز هو الذي يشرف على إدارة وتسيير النطاق .dz²⁷

وحسب الإحصاءات التي قدمها وزير البريد والتكنولوجيات الإعلام والاتصال فإن:²⁸

- عدد مواقع الانترنت: 2500 موقع في فبراير 2004 على أن يرتفع هذا العدد إلى 20000 موقع مع نهاية سنة 2005.
 - عدد مستعملي الانترنت: 730000 مستعمل في فبراير 2004 على أن يرتفع هذا العدد إلى 2000000 مستعمل مع نهاية سنة 2005.
 - عدد مقاهي الانترنت: 4800 مقهى انترنت في فبراير 2004 على أن يرتفع هذا العدد إلى 7000 مقهى انترنت مع نهاية سنة 2005.
 - عدد المشتركين في الهاتف الثابت 22000 مشترك في فبراير 2004 على أن يرتفع هذا العدد إلى 3000000 مشترك مع نهاية سنة 2005.
 - عدد المشتركين في الهاتف النقال: 1713000 مشترك في فبراير 2004 على أن يرتفع هذا العدد إلى 5000000 مشترك مع نهاية سنة 2005.
- ومن خلال هذه الإحصاءات يمكن القول بأن هناك تحسنا معتبرا على مستوى كل الأصعدة المتعلقة بانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الجزائر، ولكن على الرغم من هذا التحسن إلا أن هذه المعدلات لا تزال ضعيفة مقارنة مع المعدلات العالمية و لكنها تقترب تدريجيا من المعدلات التدريجية (المغربية والعربية).
- وللأسف فإن ماحقق في ميدان تطور الانترنت في الجزائر من حيث عدد المستعملين على الرغم من أهميته لم يواكبه تطورا في تطبيقات التجارة الإلكترونية.

حيث أنه في أغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الإلكترونية بالجزائر أظهرت أن هذه الاستخدامات لم تتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلان، الترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم، ولم تصل بعد إلى المستوى الثاني والمتمثل في الدفع الفوري الإلكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات.²⁹

ونشير إلى أن عدد الشركات الجزائرية المتواجدة على الانترنت 6000 مؤسسة أي 1.49 % أغلبيتها الساحقة لم تتعدى المستوى البدائي كما سبق ذكره في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية (الدعاية والإعلان).³⁰

ولقد بادرت بعض المؤسسات البنكية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في بعض النقاط المحددة داخل التراب الوطني (Intranet) ولكن البعض منها لم يستمر طويلا بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول جاهزة غير ملائمة للأوضاع المحلية ولكن الطلب المتزايد عليها شجع بعض البنوك والمؤسسات المالية في الاستمرار في تقديم بعض الخدمات مثل بطاقة الصرف الآلي المتوفرة لدى البريد والمواصلات وبعض البنوك التجارية.

ولكن الملاحظ أن الربط بين هذه الشبكات في نظام (ATM) لم يتم حتى الآن، مما يهدر الإمكانيات المتوفرة لدى البنوك وتصبح التعاملات لدى الزبائن لعدم تمكن هؤلاء من استعمال نقاط الصراف الآلي التابعة للبنك الآخر.

إن فكرة ربط البنوك والمؤسسات المالية مع بعضها البعض موجودة تحت تسمية (RIS) وهو مشروع كلفت به شركتين أجنبيتين والهدف منه إضافة إلى عمليات الربط والتي تحقق حوالي 1000 موقع على مستوى التراب الوطني مهام تدريبية وفنية باستعمال نظام WFA.

لكن الملاحظ حتى الآن أنه لم يتمكن القطاع المصرفي والمالي في الجزائر من تطبيق وتنفيذ هذه المشروعات نظرا لطرق الإدارة البالية المتبعة في هذا القطاع الذي لا يزال حكوميا في مجمله.

إن مشكلة الإحصائيات في الجزائر تثير مشكلا هيكليا خطيرا، وهذا لانعدام جهة رسمية موحدة تتبنى وتتسق مجهودات التجارة الإلكترونية وتشجعها ومن ثمة توفر وتنتشر الإحصائيات المتعلقة بها، فوزارة التجارة وهي الجهة المختصة بتنظيم التجارة في بلادنا تقول أنه ليس لديها أية معطيات حول التجارة الإلكترونية بل الأمر لا يقف عند هذا الحد، بل أنه لا يوجد حتى التفكير بالقيام بدراسات مستقبلية لإمكانية اعتماد هذه التجارة في الجزائر.

ولعل من بين الأسباب التي تحول دون انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر:³¹

☞ الانتشار الواسع للأمية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما فالإحصائيات تتحدث عما يفوق سبعة ملايين أمي، وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى معنى أن تمارس تجارتك عن طريق الانترنت بل لا يتخيلون حتى وجودها، وهذا يعتبر عائق يحول دون انتشار التجارة الإلكترونية.

☞ انتشار الأمية بالمعنى الحديث، حيث أن مصطلح الأمية في التعريف الحديث يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، ذلك أن فئة واسعة من المتعلمين لم يسبق لهم أن جلسوا أمام حاسوب وتعاملوا معه، وبالتالي فلا تتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الإنترنت الذي يرتكز على استخدام الحاسوب.

☞ ارتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب، وهذا أيضا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار استخدام الحواسيب مرتبطا أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على المستوى الشخصي فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا.

☞ ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مستمرة في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات التي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الإنترنت.

☞ نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاقا اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكون منعما في بلادنا.

ويمكن اقتراح بعض السبل والأساليب التي يمكنها أن تفتح الاقتصاد الجزائري على التجارة الإلكترونية وهذه الأساليب هي:

1- إرساء قواعد تكنولوجية في الإعلام الآلي تدخل التجارة الإلكترونية ضمن البرامج التكوينية على كل المستويات بما فيها التعليم العالي، حيث يمكن إحداث فرع في التجارة الدولية تحت اسم التجارة الإلكترونية أو أن تدرس كمادة أساسية في تقنيات التسويق في التجارة بصفة عامة.

2- ضرورة حوصلة قطاع الاتصالات وفتح باب المنافسة فيه حتى تتخفف تكلفة استخدام الإنترنت وبالتالي المساهمة في انتشار الثقافة الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية.

3- التفكير في الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وإدخالها ضمن قواعد القانون التجاري وغيرها من القوانين المتصلة بها.

4- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع، بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها.

وما يمكن استخلاصه،³² هو أن التغيرات الجديدة التي تعيشها الجزائر على مستويات عدة، وتشجيعها للخواص للاستثمار في مجال تقديم خدمات الوصل للإنترنت، يعد بمستقبل خدمات أحسن وبأسعار منافسة على مستوى السوق الوطنية، مما يرفع من عدد مستعملي شبكة الإنترنت، وكذلك يخدم فكرة إقامة التجارة

الإلكترونية، إذا باشرت الدولة الجزائرية على أعلى المستويات بفتح الباب أمام الخواص للاستثمار في قطاعات حساسة كالخدمات المالية والاتصالات وكل ما يدخل ضمن إطار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة NTIC، من أجل تحسين نوعية هذه الخدمات، والسماح للشركات والمتعاملين الاقتصاديين الأجانب بالاستثمار في الجزائر، الذين طالما ركزوا على قطاع الاتصال وقطاع البنوك، كشرط أساسي للاستثمار في الجزائر، ويمكن تحديد خمسة عوامل أساسية يتعين على الجهات العليا مراعاتها للدخول إلى عالم الاقتصاد الرقمي "اقتصاد الشبكات" وبالتالي التجارة الإلكترونية:

- دعم وتحفيز المؤسسات على الترابط الشبكي؛
- قيادة المسار التكنولوجي بتبني سياسة تعميم واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تأمين وحماية المعلومات الخصوصية والتصدي للقرصنة؛
- تنمية المهارات التقنية والخبرات الإدارية؛
- ضرورة تحديث القوانين وتعديلها لمواكبة التطورات.

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل الوقوف على واقع الانترنت في الوطن العربي، وتبين لنا من خلال التحليل أن الانترنت مازالت في مرحلتها البدائية، وهذا نظرا لوجود عدة معوقات تحول وانتشارها، تطرقنا لها من خلال هذه المداخلة. كما تبين لنا أن المجتمع العربي يبذل مجهودات من أجل تقليص الفجوة الرقمية بينه وبين العالم، وكذلك من أجل تحضير البيئة الضرورية لقيام مجتمع المعلومات من جهة وانتشار ونمو التجارة الإلكترونية من جهة أخرى، وتحقيق ذلك يتطلب القيام بمجموعة من النقاط تطرقنا إليها وحاولنا تحليلها.

الهوامش:

- 1- قدي عبد المجيد، مجدل أحمد ، تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات في البلدان العربية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، الجزائر، العدد9، 200، ص ص 82.
- 2- W WW.journadunet.com/cc/01-internautes/inter-nbr-md-html
- 3- دانييل شتار فخر، القمة العالمية الأولى لمجتمع المعلومات، تحديات التحضير ومعايير النجاح، مجلة السياسة الدولية، جانفي 2004، على الموقع:
www.elssyassadoualia.org
- 4- طارق محمود عباس، مجتمع المعلومات الرقمي، ط1، المركز الأصيل للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص ص 114-115.
- 5- عامر ابراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 262. 264.
- 6- مجدل أحمد، إدراك واتجاهات المسؤولين عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التجارة الالكترونية في الجزائر، بالتطبيق على ولاية غرداية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، جوان 2004، ص ص 92-93
- 7- نفس المرجع السابق، ص 95.
- 8- إحسان محمد إبراهيم، مستقبل التجارة الالكترونية في الوطن العربي و دورها في تنمية الصادرات المصرية، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الالكترونية، الآفاق و التحديات، المجلد الثاني، الإسكندرية، 25- 27 يوليو 2002، ص 746.
- 9- قدي عبد المجيد، مجدل أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 86.
- 10 -http://www.elbayan.co.ae/2000/12/29/eqt/2.htm
- 11- رأفت عبد العزيز غنيم، دور جامعة الدول العربية في تنمية و تسيير التجارة الالكترونية بين الدول العربية، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، الإمارات العربية المتحدة، ملحق أول، 2002، ص ص 8-9.
- 12- قدي عبد المجيد، مجدل أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 116-117
- 13- عمار عقيلي، التجارة الالكترونية عربيا: معوقات تشريعية وقومية، مجلة الاقتصاد والأعمال، المؤسسة العربية المصرفية، لبنان، مارس 2000، ص 100.
- 14- مجدل أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 97-98.
- 15- منصور فرح، التجارة الالكترونية في الوطن العربي، كتاب العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي الواقع والطموح، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص ص 393-396.

- 16- عبد الله حمود علي سراج، التسويق والتجارة الالكترونية في الدول العربية التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ديسمبر 2003، ص 197.
- 17- إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003، ص 61.
- 18- مجدل أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 79.
- 19- إحسان محمد ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 750.
- 20- ابراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص 62.
- 21- جلال الشافعي، العولة الاقتصادية الأثر على الضرائب في مصر، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد 179، اول نوفمبر 2002، ص ص 37 36.
- 22- مجدل أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 80-81.
- 23- إحسان محمد ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 751.
- 24 - <http://www.ac4mit.org/-tunisia-asp?filename> 2003 04 08 71 37.
- 25 - <http://www.hotinganime.com/smartshop/shif/16.html>.
- 26 - <http://www.infocommerce.gov.tn/ar/ce.htm>.
- 27- بختي ابراهيم، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الأول، 2002، ص ص 214-218.
- 28- عرض وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال حول موضوع تكنولوجيا الاعلام والاتصال وشروط التنمية المستقبلية، وكالة الأنباء الجزائرية، مارس 2004.
- 29- حديد نوفل، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة: التحول إلى استخدام نظم وأساليب التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي الثاني حول تأثير التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على تطوير التجارة الوطنية بالدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، من 22 إلى 25 ديسمبر 2002.
- 30- مزغيش جمال، التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002، ص 189.
- 31- كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، الملتقى الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة البليدة، 21-22 ماي 2002.
- 32- بختي ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 34.