

تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في البلاد العربية: بين الواقع و المأمول

قدي عبد المجيد

مجدل أحمد

أستاذ التعليم العالي

أستاذ مساعد

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

جامعة الجزائر

جامعة الأغواط

RESUME

Nous essayons dans cet article d'explorer la situation du monde arabe dans le domaine de l'acquisition et de l'application des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Et d'exposer les solutions du commerce électronique et ce dans l'espoir de donner une vision qui pourra aider les spécialistes et les décideurs à adopter des stratégies capables de promouvoir ce secteur vital et nouveau.

ملخص

سوف نحاول في بحثنا هذا استجلاء حالة العالم العربي في ميدان اكتساب و تبني تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الجديدة و خصوصا فيما يتعلق بانتشار استعمال الانترنت وتبيني حلول التجارة الالكترونية على أمل استشراف رؤية مستقبلية علمية من شأنها مساعدة المتخصصين وأصحاب

القرار في تبني الاستراتيجيات القادرة على النهوض بهذا القطاع الجديد والحيوي.

تمهيد

لقد غزت التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال كل مناحي الحياة اليومية لكثير من البلدان وخاصة الصناعية منها وأصبح الاقتصاد الرقمي سمة العصر في هذه البلدان وتأثر عالم المال والأعمال بهذه الموجة الجديدة سواء على المستوى الكلي أو الجزئي. ولعل الأنشطة التجارية والتسويقية كانت أكبر المستفيدين من الانترنت وتقنيات الاتصال الجديدة حيث سخرت هذه الإمكانيات الهائلة لخدمة حركة التبادلات وتحسين العلاقات والصفقات سواء ما بين المؤسسات المنتجة والخدمة فيما بينها أو ما بينها والزبائن.

فهل استفادت البلدان النامية من هذه الطفرة الرقمية وسخرتها لخدمة أهدافها التنموية وبالتالي اختصار الوقت والمجهود في تحقيقها؟ 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 في ما 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.¹ و في المقابل نجد أغلبية البلدان النامية (الجنوب) لا تستفيد من هذه التكنولوجيات إلا بالقدر اليسير على الرغم من التفاؤل الكبير (Euphoria) الذي صاحبت ظهور وتطور هذه التكنولوجيات والذي اعتبر بأن هذه الأخيرة ذات طبيعة خاصة وبإمكانها اختصار الطريق خصوصاً بالنسبة للإنترنت.

ويقدر البعض هذه الهوة في أكتوبر 1997 فيما يخص اختراق إيواء الإنترنت ما بين قارتي أفريقيا و شمال أميركا ب 267 مرة. و ازدادت الهوة في أكتوبر 2000 إلى 540 مرة.

ففي أكتوبر 2000 كان هناك 81.5 مضيف للإنترنت 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.²

سوف نحاول في بحثنا هذا استجلاء حالة العالم العربي في ميدان اكتساب وتبني تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الجديدة وخصوصا فيما يتعلق بانتشار استعمال الإنترنت وتبني حلول التجارة الالكترونية على أمل استشراف رؤية مستقبلية علمية من شأنها مساعدة المتخصصين وأصحاب القرار في تبني الاستراتيجيات الكفيلة بالنهوض بهذا القطاع الجديد والحيوي.

¹ ما عدا بعض الاستثناءات و التي تخص ما يسمى بالبلدان الصناعية الجديدة أو الاقتصاديات الناشئة مثل كوريا الجنوبية أو حالة الاقتصاديات الانتقالية مثل بعض بلدان ما كان يسمى بأوروبا الشرقية.

² Understanding the digital divide, OECD, 2001, Paris, France.

يشير التقرير العربي لتنمية البشرية لعام 2003¹ إلى أن بعض الدول العربية قطعت شوطاً لا بأس به في تطوير البنى التحتية فيما يتعلق بوسائل الاتصال ولكن تبقى مع ذلك متواضعة (الحد الأدنى) مقارنة مع المعدلات العالمية.

يصل عدد خطوط الهاتف في الوطن العربي إلى خمس ما يوجد في العالم المتقدم. أما عدد الحواسيب فيقل عن 12 بالنسبة لكل 1000 مواطن بينما يصل إلى 78.3 في الألف في الدول المتقدمة. أما الإنترنت فلا يستعمله أكثر من 1.6 % من سكان العالم العربي.

إن عدد الأميين البالغين من العرب يقدر بحوالي 65 مليوناً تمثل النساء 3/2 منهم وعدد الأطفال الغير ملتحقين بالمدارس وهم في سن التمدرس حوالي 10 مليون طفل في حين أن الاستثمار في البحث والتطوير (R&D) لا يزيد عن 0.5 % من الناتج القومي الإجمالي أي أقل من ربع المتوسط العالمي و الذي يزيد عن 2%. يستعمل فقط 0.6 % من السكان في العالم العربي الإنترنت و يقدر معدل استعمال أجهزة الحاسب الآلي الشخصي (PCs) في العالم العربي فقط ب 1.2 % و يعتبر من أضعف المعدلات في العالم.

فعلى الرغم من المجهودات الكبيرة التي تبذل في مجال التعليم حيث تعتبر المنطقة العربية من أكثر مناطق العالم انقافاً على التعليم إلا أن واقع

¹ تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003 برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - الصندوق العربي للإتماء الاقتصادي و الاجتماعي، عمان الطبعة العربية 2003.

التكنولوجيا والبحث والتطوير لا يزال بعيداً فيما يبدو عن المستويات العالمية ونعتقد أن من بين أسباب ذلك ما يلي:

- عدم فعالية و نجاعة المناهج التعليمية.
- عدم التركيز على تحسين نوعية التعليم بقدر ما يركز على الإحصائيات التي تبرز النسب والمعدلات والمؤشرات التي تتعلق بأعداد المتدربين أو الميزانيات المخصصة لذلك.
- ضعف الهياكل الاقتصادية وعدم وجود الجسور التي تربطها بالمنظومة التربوية.
- ضعف وتهميش التعليم الفني والتدريب المهني وعدم كفاءته.
- عدم تشجيع القطاعين العام الخاص على البحث والتطوير وفي بعض الأحيان محدودية السوق المحلية.

إن التطور المتسارع المذهل الذي عرفته تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة (NTIC بالفرنسية و NICT بالانجليزية) في العشرة سنوات الأخيرة قد أدى إلى تزايد الفجوة الرقمية بين العالم المتقدم ممثلاً في شمال أميركا وأوروبا واليابان من جهة والعالم الثالث بما فيه الوطن العربي من جهة أخرى حسب ما توفر من إحصائيات.

وتشير بعض هذه الإحصائيات أن 34 % من سكان العالم فقط يمثلون 75% من مجموع مستخدمي الإنترنت في حين أن أغلب السكان أي 3/2 الباقيين يتقاسمون الربع اليتيم من حصة كعكة الإنترنت.

والأخطر من ذلك أن الهوية الرقمية البينية والداخلية (ما بين الدول العربية وداخل كل بلد على حدا) معتبرة للغاية. فعلى سبيل المثال نجد أن معدل الاختراق للإنترنت في سوريا يقدر بأقل من 1% في حين يصل إلى أكثر من 34% بدولة الإمارات العربية المتحدة.¹

وسوف نحاول في هذه الورقة استعراض وضعية هذه التكنولوجيات الجديدة في الوطن العربي وخصوصاً حالة اختراق الإنترنت (Internet Penetration) وتبني حلول التجارة الإلكترونية (E-Commerce solutions) مركزين على ثلاث بلدان محورية في العالم العربي نظراً للإمكانيات البشرية و المادية الضخمة التي تمتلكها ألا وهي جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية والجمهورية الجزائرية الديمقراطية والشعبية.

حسب مجلس الوحدة الاقتصادية العربية فإن المبادلات التجارية العربية عبر الإنترنت بلغت سنة 2001 نحو 100 مليون دولار مقارنة بـ 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.

¹ جريدة الشرق الأوسط - 8 مليارات دولار حجم الاستثمارات في تقنية المعلومات والسعودية الأولى خليجيا - 6/ 8/ 1424 هـ.

أولاً: الإنترنت

يذكر كاستيلس¹ (Castells 2000) "أن التنمية في عصر الشبكات بدون الإنترنت تشبه التصنيع بدون كهرباء" في إشارة بليغة إلى أهمية الإنترنت المحورية في حياتنا الحالية والمستقبلية.

يعرف الإنترنت على أنه شبكة الشبكات وهو عبارة عن شبكة من الحواسيب الإلكترونية التي ترتبط ببعضها البعض عبر خطوط اتصال سواء كانت هاتف أو خطوط متخصصة أو عبر الأقمار الاصطناعية.

ويعود تاريخ بداية شبكة الإنترنت إلى ستينيات القرن الميلادي الماضي وإلى عام 1969 بالذات حيث انطلق مشروع شبكة ARPAnet تحت إشراف وزارة الدفاع الأميركية والذي يهدف إلى خلق شبكة لتبادل المعلومات بين وزارة الدفاع الأميركية (البنتاغون) وفروعها ووحداتها ومراكز البحث العلمي بحيث يمكن لهذه الشبكة أن تصمد أمام أي هجوم نووي معادي.

ومع بداية التسعينيات تطور استعمال وانتشار الإنترنت كثيراً خصوصاً بعد تطوير جامعة مينسوتا عام 1991 لبرنامج الغوفر (Gopher) لتسهيل عمليات التخاطب ثم طرح المركز الأوروبي للذرة (CERN) في العام

¹ Castells, 2000, "Information, Technology and Global Capitalism, in Hutto and Giddens, eds. On the edge, essays on a runaway world, London, Jonathan Cape.

التالي برنامج خدمة البحث العالمية WWW¹، ولقد انتشرت الشبكة العنكبوتية كما يطلق عليها بشكل مذهل حيث بلغ عدد مستعملي الإنترنت على المستوى العالمي في الوقت الحالي ما يقارب 570 مليون مستعمل.²

وأبرز سبب متعلق بالانتشار المذهل لهذه التكنولوجيا الجديدة مقارنة مع التكنولوجيات السابقة يكمن أساساً في جعل المستعمل العادي للشبكة على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية فيما يتعلق بالاستفادة من المعلومات المتاحة ونشرها واستغلالها بالقليل من الإمكانيات واليسير من النفقات.

ويقدر بعض العلماء بأن انتشار الإنترنت يعد من أسرع التكنولوجيات التي أدت إلى ثورة في حياتنا حيث قدرت مدة الانتشار بـ 7 سنوات فقط وهو ما يعدل سبعة مرات أقل مثلاً من فترة انتشار الكهرباء.³

¹ د. أحمد باسل الخشي: الإنترنت و تطبيقاتها الحالية و المستقبلية - مجلة المعلوماتي - العدد السابع و الثلاثون - تشرين الثاني 1995.

² يوجد تفاوت كبير في الإحصائيات و التقديرات المتعلقة بمواضيع مستخدمي الإنترنت و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالتقديرات المستقبلية أو عقد المقارنات الدولية مما يصعب مهمة المحلل لهذه البيانات.

³ م. علي نخلة (مصرف لبنان) الخدمات الالكترونية و التحولات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات - مجمع أعمال المؤتمر العلمي العربي حول آفاق الأعمال الالكترونية والاقتصاد العربي - قصر المؤتمرات الأونيسكو - بيروت 19/18 نيسان 2002 ص 3

سرعة انتشار التقنيات الجديدة

الكهرباء	46 عاماً
الهاتف	35 عاماً
الكمبيوتر	16 عاماً
الهاتف النقال	13 عاماً
الانترنت	7 أعوام

ومن أهم التطبيقات التي تقدمها شبكة الانترنت والتي أفادت كثيراً عالم الأعمال و المال ما يعرف بالتجارة الإلكترونية (E-Commerce).

ثانياً: التجارة الالكترونية

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية بأنها عبارة عن تنفيذ بعض/كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.¹ يعرف بعض العلماء التجارة الإلكترونية على أنها تعني القيام بالأعمال التجارية التي تتعلق بالسلع والخدمات بمساعدة وسائط الاتصالات.²

في حين يرى البعض الآخر أنها عبارة عن ممارسة عمليات بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت باستعمال تكنولوجيايات مثل الويب

¹ موقع منظمة التجارة العالمية على الويب: www.wto.org

² روجيه كلارك Roger Clarke على الويب:
www.anu.edu.au/people/Roger.clarke/ec/

(WEB) وتبادل البيانات إلكترونياً (EDI) والبريد الإلكتروني (E-mail) وتحويل الأموال إلكترونياً والبطاقات الذكية.¹ وعلى الرغم من تعدد التعريفات و تنوعها فإننا نفضل التعريف الآنف نظراً لشموليته.

لقد تطور الإنترنت إلى أن أصبح أداة مهمة بالنسبة للأعمال كما ذهب إلى ذلك لاورنس وآخرون (1998)²

وباستعراض الوثيرة التي يتم فيها استعمال الإنترنت من قبل منظمات الأعمال وتطور طرق جديدة لهذا الاستعمال نجد أنها أسية (Exponential) ووصل ذلك إلى حد أصبحت المحاولات الأولى لاستعمال تكنولوجيا الإنترنت تبدو وكأنها ضاربة في التاريخ.

ويلاحظ أيضاً أن إدراك هذه الأخيرة في حد ذاته قد تطور بنفس الوثيرة. ولقد وصف بعض الكتاب هذا التطور المذهل على أساس أنه ربما أعتبر أهم توجه اقتصادي حديث.³

"The internet and the potential for E-Commerce have been described as possibly the most important economic trends of our time".

¹ تعريف جامعة كورنيل كلية العلاقات الصناعية والعمل على الموقع: WWW.ilr.cornell.edu

² Lawrence E., Corbitt B., Tidwell A., Fisher J., Lawrence J. Internet commerce digital models for business, John Wiley & sons, Milton Australia, 1998.

³ Richard Kacperk & Roger Armstrong, The development of internet strategies in SMEs: -Cooksons.com – a case study, University of central Lancashire department of Management working papers no5, july 2002.

وعلى الرغم من اتجاهات رجال الأعمال التي كانت في البداية تتسم بقدر من الظنون و السلبية نحو هذه الوسيلة الجديدة (الإنترنت) إلا أن كثيراً من المنظمات أدركت مزاياها المحتملة.¹ ولهذا أصبح امتلاك موقع على الويب شيئاً ضرورياً لكثير من الشركات مما يضمن لها موقع قدم بدون ربما التفكير كثيراً في عمليات التخطيط لهذا الحضور وتقييم آثاره على المنظمة.²

ولقد توجهت بعض البلدان إلى تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لبلوغ أهداف تواجدتها على الإنترنت كما حصل في المملكة المتحدة و أستراليا مثلاً و لكن النتائج كانت تتراوح ما بين النجاح والفشل في بعض الحالات.

ثالثاً: الواقع الحالي في البلدان العربية

بصفة عامة يمكن القول أن الفجوة الرقمية بين البلدان المتطورة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية والبلدان النامية ما فتئت تزداد وتنتعمق فكل المؤشرات تشير إلى أن مستوى اختراق (Penetration) التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال في العالم الثالث ضئيلة جداً مقارنة بالبلدان المتقدمة.

ولعل من أهم هذه المؤشرات في موضوعنا هذا تتعلق بعدد الحاسبات الشخصية (Pc) نسبة إلى عدد السكان و نمو عددها وأيضاً عدد المستعملين

¹ مرجع سابق Richard Kaceperek & Roger Armstrong

² Cronin M. Ed, The internet strategy handbook- lessons from the new frontiers of business, Harvard 1996.

للانترنت نسبة للسكان وكذلك عدد المشتركين فيه. كما تحسب معدلات عدد أجهزة الهاتف الثابت والنقال نسبة إلى عدد من السكان. ومن خلال استعراض هذه المؤشرات نلاحظ أن الفارق بين العالمين جد كبير.

وإذا أمعنا النظر فيما يتعلق بالعالم العربي نجد أن هذه المؤشرات ضعيفة ما عدا ربما بعض البلدان الخليجية قليلة الكثافة السكانية مثل الامارات العربية المتحدة وقطر والبحرين. ولعل اللافت للنظر أن نسبة نمو هذه المؤشرات تتسارع بوثيرة عالية جداً وهو ما يبشر بالخير.¹

وتشير آخر الإحصائيات بأن عدد مستعملي الانترنت على المستوى العالمي حتى 21 مارس 2002 بلغ 445,9 مليون حسب شركة (E-Marketer) و 533 مليون حسب شركة (Computer Industry Almanac).

أما فيما يخص التجارة الالكترونية في الوطن العربي فإنها لا شك تعاني من تأخر كبير مقارنة مع مناطق العالم المتطورة في هذا المجال وهي أميركا الشمالية وأوروبا واليابان، وفي كثير من البلدان العربية فإن التجارة الإلكترونية أما غير موجودة أصلاً أو أنها لا تزال في المهد.

وتوجد العديد من العوائق التي تقف حجر عتبة في طريق انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية منها ما هو موضوعي ومنها

¹ يرى بعض المتخصصين بأن سرعة نمو بعض المؤشرات فيما يتعلق بالتكنولوجيات الجديدة ليس كافياً في حد ذاته للدلالة على التقدم في هذا الميدان ذلك أن حجم التأخر كبير جداً من ناحية و أن النمو الديمغرافي في بعض البلدان أيضاً متسارع.

ما هو داخلي وما هو خارجي. ولعلنا في بحثنا المتواضع هذا نشير في عجلة إلى البعض من هذه المعوقات:

- ضعف البنى التحتية للاتصالات و عدم كفايتها.
- ارتفاع تكاليف الاتصالات و التجهيزات المرافقة.
- تخلف النظام البنكي والمالي وتأخره في تبني الحلول الالكترونية.
- عدم وجود ثقافة رقمية لدى القائمين على الشركات خصوصاً الصغيرة والمتوسطة منها وكذا محدودية إمكانياتها.
- عدم وجود أو محدودية الدعم الحكومي لتشجيع تبني التجارة الالكترونية.

- مشاكل انعدام الثقة وعدم الوعي.
- مشاكل قانونية وتنظيمية.
- مشاكل متعلقة بعدم الإلمام باللغة الإنجليزية.
- ارتفاع التكاليف.

رابعاً: استعراض بعض التجارب العربية

1 - حالة مصر:

لقد قامت مصر بمجهودات كبيرة فيما يتعلق بتوسيع استعمال الانترنت و إذا ما أضيف ذلك لإمكانياتها الهائلة فإنها مرشحة لتبوء الصدارة على المستوى العربي والإفريقي في هذا المجال. ومن المنتظر أن يتدعم هذا التوجه في المستقبل القريب ويتعزز سيما وأن سياسة الانفتاح والاندماج في

الاقتصاد العالمي بآنت حقيقة ملموسة. كما أن مصر تتمتع بقاعدة ديمغرافية عريضة وبنسبة شباب عالية بين سكانها ومركز جغرافي واستراتيجي مميز وهو ما يجعلها تلعب دوراً إقليمياً رائداً على مختلف الأصعدة الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية.

بلغ عدد مستعملي الإنترنت في مصر سنة 2001 ما يقارب 540000 مستعمل ومن المنتظر أن يصل عددهم إلى 2.6 مليون مستعمل بحلول سنة 2006.

وتقدر مجموعة الاستشاريين العرب¹ بأن عدد مزودي خدمة الانترنت الكبار يبلغ عددهم في سنة 2002، 13 مزوداً إضافة إلى 65 مزوداً صغيراً و افتراضياً و من المتوقع أن يصل عدد هؤلاء المزودين سنة 2006 إلى 145 مزوداً.

ومعروف أن سرعة انتشار الإنترنت بين المواطنين هو رهين بمجموعة من العوامل تتعلق خصوصاً بوجود البنى التحتية للاتصالات ودرجة تحرير سوقي مزودي الخدمة (ISP) و الخطوط الهاتفية و بالتالي بمدى ارتفاع مستويات التنافسية بينهم لتخفيض تكاليف الاتصال و الاختراق.

و لعل بعض هذه الشروط بدأت تتوفر في الحالة المصرية مما ساعد في ارتفاع عدد مستعملي الإنترنت و لكن السؤال المطروح بهذا الصدد : هل أن نفس التطور ينطبق على انتشار تطبيقات حلول التجارة الالكترونية؟

¹ NUA internet surveys: Egypt gets online, june 05 2002 at www.nua.ie/surveys/index

يبدو أن الأمر مختلف بالنسبة للتجربة المصرية فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية و هو في الحقيقة ما ينطبق على كثير من البلدان النامية إذ أن تبني هذه الحلول ضعيف جداً وهو لا يتعدى في الوقت الحالي بعض الشركات الكبرى أو البيوت المتخصصة.

في أكتوبر 1997 تم تأسيس لجنة التجارة الإلكترونية على مستوى جمعية الانترنت في مصر بهدف نشر الوعي حول أهمية التجارة الإلكترونية. و تم عقد أول لقاء وطني حول التجارة الإلكترونية في سبتمبر 1998 بمشاركة الجهات الحكومية المعنية و قطاع الأعمال و خرج اللقاء بورقة بيضاء تظم مجموعة من المقترحات تحت عنوان " من أجل تجارة إلكترونية مصرية".

تم في بداية سنة 1999 تأسيس اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية على مستوى وزارة التجارة و تبني مبادرة التجارة الإلكترونية بمصر وهي عبارة عن خطة متكاملة للنهوض بهذا القطاع وتطويره. لا تزال المشروعات التي تتبنى حلول التجارة الإلكترونية قليلة وفي المرحلة التجريبية حيث سجلت في منتصف 1998 فقط 10 مواقع متكاملة لتوفير خدماتها التسويقية عبر الإنترنت.

وفيما يخص المشروعات الموجهة للجمهور (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... الخ.

بما أن أغلب الصناعات والمشروعات الاقتصادية لا تزال في يد الحكومة (70%) فإن تبني هذه المؤسسات العمومية للحلول الإلكترونية لا يزال ضعيفاً إذا ما قورن بالقطاع الخاص. ومع ذلك يمكن ذكر بعض المشروعات التي بدأت تطبق التجارة الإلكترونية البينية (b2b) في مصر:

- مشروع تبادل البيانات إلكترونياً (EDI) على مستوى الهيئة البحرية المصرية.

- الشركة المصرية للألمنيوم.
- سوق رأسمال المصري.
- قطاع البنوك.

و لعل من أبرز المشاريع في هذا الميدان مشروع السوق الإلكترونية للصناعة المصرية والتي تهدف إلى استعمال شبكة الإنترنت خاصة والتجارة الإلكترونية في تحقيق زيادة معتبرة في تصدير المنتجات المصرية في الأسواق العالمية واستعمال نفس الوسيلة للحصول على أرخص المواد الأولية وقطع الغيار و معدات الإنتاج على المستوى العالمي.

كما يهدف المشروع إلى استقطاب الاستثمار الأجنبي والتكنولوجيا العالية في الميادين الصناعية المتقدمة إلى مصر. وتخدم هذه السوق الإلكترونية ما قوامه 23 ألف منشأة صناعية مهيكله في 15 غرفة صناعية مصرية.

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 بالقطاعات الصناعية 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 قيد الإنجاز في قطاع الجمارك والصحة يمكن أن تندرج ضمن التجارة الإلكترونية البينية والحكومية (b2b/a).

إلا أن عددا من العقبات يحول دون تبني حلول التجارة الإلكترونية في مصر ذكرها الثنائي محمد النووي و ماجدة إسماعيل¹ وهي على النحو التالي:

- الوعي و التعليم
- حجم السوق
- البنية التحتية للتجارة الإلكترونية
- البنية التحتية للاتصالات
- الخدمات و البنى التحتية المالية
- النظام القانوني
- مسائل حكومية
- مستوى التكاليف

¹ محمد النووي و ماجدة إسماعيل:

Mohammed A. EL Nawawy, Magda M. Ismail "Overcoming deterrents and impediments to electronic commerce in light of globalization: the case of Egypt"

• المشاكل الاجتماعية و النفسية.

ولتجاوز هذه العقبات و أخذاً بعين الاعتبار تجارب مماثلة في بلدان أخرى اقترح نفس الكاتبين¹ الاعتماد على المبادئ التالية لتحسين وضعية التجارة الإلكترونية بمصر وهي: الشفافية - الشراكة - التنسيق - دور الحكومة. ومركزين على 10 نقاط يعتقدان أن السلطات الحكومية يجب أن تتكفل بها في أسرع وقت ممكن و هي:

1. التوعية والتحسيس عن طريق الجمعيات المهنية
2. تطوير الموارد البشرية والمهارات
3. تحرير البنى التحتية للاتصالات
4. تبني الجهات الحكومية نفسها لمبادرات التجارة الالكترونية
5. استراتيجيات جهوية لتطوير التجارة الإلكترونية
6. الخدمات المالية
7. تشجيع تعريب محتويات المواقع
8. المشاركة في الاتفاقيات والمفاوضات على المستوى الدولي
9. تشجيع الدولة لخفض التكاليف و تمويل المشاريع
10. تشجيع المشروعات الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمناطق النائية.

¹ محمد النوي و ماجدة اسماعيل - مرجع سابق.

2 - حالة المملكة العربية السعودية:

تعتبر المملكة العربية السعودية من أكبر أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا فيما يتعلق بتقنية المعلومات والاتصالات بالإضافة إلى إمكاناتها الاقتصادية الهائلة وثروتها البشرية المتوسطة فهي تشهد نمواً مطرداً سواء فيما يتعلق بعدد مستعملي الإنترنت أو فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية.

فمن الناحية الاقتصادية فإن القطاع الخاص يلعب دوراً مميزاً وحيوياً للغاية كما أن النظام البنكي والمالي تطور بوتيرة متسارعة مما حقق نمواً اقتصادياً مرتفعاً (في حدود 5%) سنوياً على الرغم من تدبب أسعار النفط ومجهودات حربي الخليج.

وعلى الرغم من أن شركات الاتصالات السعودية أصبحت شركة مساهمة بعد أن كانت شركة عمومية (حكومية) في السنتين الماضيتين وتحسن أدائها إلا أنها تبقى محتكرة لجزء كبير من السوق المحلية فيما يخص تقنيات المعلومات.

ولكن توجد مشروعات لخصخصة هذا العملاق في السنة المقبلة وربما بعد هذا التحرير لسوق الاتصالات والمعلومات السعودي فإن القطاع الخاص سوف يتمكن من السيطرة على هذا السوق وبالتالي فرض منافسة معقولة تصبح في فائدة المستعمل وبالتالي تشجع على انتشار وتوسع استعمالات الإنترنت والتجارة الإلكترونية.

وتشير إحدى الدراسات الحديثة¹ إلى أن حجم سوق تقنية المعلومات في دول مجلس التعاون الخليجي بلغ خلال العام الماضي 6 مليارات دولار، وتوقعت الدراسة نمو حجم الطلب على المعلوماتية ليصل إلى 8 مليارات دولار بحلول عام 2005. وقدرت دراسة أخرى أن حصة سوق التقنية السعودي تزيد على 56 % من مجمل سوق التقنية المعلوماتي الخليجي، بما يزيد على 3.7 مليار دولار، وبأكثر من 40 في المائة من سوق تقنية المعلومات في الشرق الأوسط.

وشهد سوق الإنترنت السعودي نمواً متسارعاً حيث فاق عدد مستخدمي الشبكة 1.5 مليون مستخدم، في حين تؤكد التوقعات نمو هذا القطاع بمعدل 41 في المائة ليصل عدد مستخدمي الشبكة إلى 4.5 مليون مستخدم مطلع عام 2005. وفيما يتعلق بنمو قطاع الاتصالات فإنه يعزى إلى مشاريع التطوير والتوسعات التي تنفذ في الوقت الحالي لتأسيس الحكومة الإلكترونية والبنية التحتية للاتصالات والتي سيكون من شأنها زيادة رقعة تغطية خدمات الإنترنت وربما تخفيض أسعار الوصول إلى الشبكة.

يوضح الجدول التالي عدد الهواتف في المملكة العربية السعودية:

عدد كابلات العمومية التلويون	نسبة الهواتف الافتراضية (%)	عدد الهواتف الافتراضية (مليون)	نسبة الهواتف الافتراضية (%)	عدد الهواتف الافتراضية (مليون)
3000	14%	3.3	17%	4

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث

¹ جريدة الشرق الأوسط ليوم 26 سبتمبر 2003.

أما الجدول الموالي فيعطينا فكرة حول أهم المؤشرات المتعلقة بالإنترنت حتى الشهر الثامن من سنة 2002.

المؤشر	العدد
عدد مزودي خدمات الإنترنت	21
عدد حسابات الإنترنت (هاتف)	500000
عدد الخطوط المتخصصة المؤجرة	1400
عدد خطوط ASDL	500
عدد مقاهي الإنترنت	105
عدد مستعملي الإنترنت	1600000
معدل اختراق الانترنت	% 6.81
عدد مستضيفي الانترنت	10492
عدد مواقع الانترنت .sa	4481

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث

ويتضح من تقرير لمجموعة مدار للأبحاث¹ أن معدل نمو قطاع تكنولوجيا المعلومات (IT) بالسعودية سيصل إلى حدود 8.3% سنوياً في حين أن معدل النمو الاقتصادي لا يتجاوز 2.2% سنوياً وهو ما يعكس ديناميكية لا نظير لها على مستوى العالم العربي.

¹ Madar research group, issue zero October 2002, at madarresearch.com

أما فيما يخص الهاتف الجوال فإن عدد المشتركين السعوديين قد قفز خلال الثمانية أشهر الأولى من سنة 2002 من 2.55 مليون إلى 4 مليون مشترك و ربما عزت هذه الزيادة الكبيرة (حوالي 57% في أقل من سنة) إلى إطلاق خدمة الشرائح المدفوعة مسبقاً "بطاقات سوا" من طرف الاتصالات السعودية مما مكن عدداً كبيراً من المواطنين و المقيمين من امتلاك هاتف جوال بمصاريف معقولة (200 ريال سعودي + الجوال).

أما عدد مستعملي الانترنت فقد قفز هو أيضاً بمعدل 68% خلال الثمانية أشهر الأولى من سنة 2002 أي من 950000 إلى 1.4 مليون مستعمل. و العجيب أن عدد الحواسيب الشخصية (Pcs) لم يزد إلا بنسبة زهيدة تقدر فقط بـ 7% أي من 1.4 مليون جهاز إلى 1.5 مليون خلال نفس الفترة المذكورة آنفاً.

ويقدر نفس التقرير أن حجم السوق السعودية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال (البرمجيات + تجهيزات الكمبيوتر + خدمات تكنولوجيا المعلومات + نقل البيانات) سوف يصل الى 4.7 بليون دولار أميركي بحلول عام 2005 مما يؤهله لأن يستمر في كونه أكبر سوق في الشرق الأوسط والعالم العربي.

أما فيما يتعلق بحجم التجارة الإلكترونية داخل قطاع الأعمال (B2B) فتقدر حالياً حسب نفس التقرير بـ 1.5 بليون دولار أميركي على أن تصل إلى 8 بليون دولار أميركي مع نهاية سنة 2005. أما التجارة الإلكترونية

الموجهة للمستهلكين (B2C) فلا يزال حجمها متواضعاً حيث لا يزيد عن 170 مليون دولار أميركي و ينتظر أن يصل إلى 470 مليون سنة 2005.

إن المتصفح لهذه الأرقام وغيرها يستنتج أن المملكة العربية السعودية تمثل سوقاً كبيرة وواعدة على المستوى الإقليمي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال. كما تتميز بديناميكية كبيرة مما يجعلها ربما تبشر بالخير بالنسبة لسيطرة الاقتصاد الرقمي على القطاعات الاقتصادية الكلاسيكية.

تحاول وزارة التجارة السعودية بالتعاون مع مدينة الملك عبد العزيز للعلوم و التكنولوجيا و جهات أخرى أن تتكفل بوضع الآليات الكفيلة بنشر التجارة الإلكترونية من بنى تحتية و نظم دفع آمنة و نظم للشهادات الإلكترونية وغيرها على أمل أن تنطلق فعلاً تطبيقات التجارة الإلكترونية في أقرب وقت ممكن.

ولقد تم تكوين اللجنة الفنية السعودية الدائمة للتجارة الإلكترونية تحت رئاسة وزارة التجارة عام 1999 و تمت الموافقة السامية على خطة عمل نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية في 2002.

ومن أهم الموارد و المزايا التي يمكن أن تؤهل السعودية لتبوء مركز معتبر في هذا المجال نذكر ما يلي:

- قطاع بنكي ومصرفي قوي وشديد الحضور فيما يتعلق بالخدمات الإلكترونية.
- نمو ديمغرافي هائل يقدر بحوالي 3.7% سنوياً.

- حضور مكثف لكبريات الشركات العالمية المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات.
- بداية اهتمام واعدة للقطاع الخاص بقطاعات تكنولوجيا المعلومات والاقتصاد المعرفي والشروع في الاستثمار فيهما.

3 - حالة الجزائر:

أولاً: تطور الإنترنت

يرجع د/إبراهيم بختي من جامعة ورقلة والذي يعتبر واحداً من أبرز الدارسين لموضوع الانترنت و التجارة الالكترونية بالجزائر بداية استعمال الانترنت إلى شهر مارس 1994 و تم ذلك عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي و التقني (Cerist).¹

ويرجع إنشاء هذا المركز التابع إلى وزارة التعليم العالي بالجزائر إلى سنة 1986 والذي أوكلت له عدة مهام منها إنشاء شبكة معلوماتية وطنية

¹ من الدراسات الرائدة في هذا الميدان دراسة عن طريق الاستبيان الالكتروني قام بها د/إبراهيم بختي توصل فيها إلى نتائج مهمة جداً في إطار أطروحة دكتوراه دولة و تم نشر جزء منها في مجلة "الباحث" التي تصدر عن جامعة ورقلة.

د/بختي إبراهيم الانترنت في الجزائر مجلة الباحث العدد الأول 2002/1 جامعة ورقلة الجزائر.

وربطها بشبكات إقليمية ودولية.¹ في البداية تم ربط الجزائر بالانترنت عن طريق ايطاليا في مشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى بريناف (RINAF) وكانت سرعة الارتباط ضعيفة جداً آنذاك حيث لم تتجاوز 9.6 ko.

بعد سنتين أي سنة 1996 ارتفعت سرعة الخط إلى 64 ko وأصبح يمر عبر العاصمة الفرنسية باريس ثم ازدادت هذه السرعة إلى 1 ميغابايت في² الثانية في نهاية سنة 1998 و تم استعمال الأقمار الاصطناعية لربط الجزائر بواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية.

وفي شهر مارس من سنة 1999 وصلت سرعة الإنترنت بالجزائر إلى 2 ميغابايت في الثانية و تم 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.

كان عدد الجهات المشتركة في الإنترنت سنة 1996 فقط 130 وارتفع سنة 1999 إلى 800 موزعة كالتالي:

• 500 في القطاع الاقتصادي

¹ لمزيد من المعلومات حول تطور و مهام مركز السيريسست راجع: بحايو حاج يحيى - حدث المجتمع المعلوماتي في الجزائر - مجلة RIST المجلد 8 العدد 01 السنة 1998 صفحات 50 إلى 56 .

² أنظر موقع اللجنة الدائمة على الويب: www.ecommerce.gov.sa

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

أما بالنسبة لعدد المشتركين فقد وصل إلى 3500 مشترك في سنة 1999 مما يعطينا في المتوسط حوالي 180000 مستعمل للإنترنت على أساس 50 مستعمل لكل مشترك.¹

قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الإنترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الإنترنت.²

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

¹ يرى د/إبراهيم بختي في المرجع السابق ذكره أن هناك فرقاً كبيراً ما بين عدد المشتركين و مستعملي الإنترنت في الجزائر آنذاك و ذلك بسبب انخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الجهات أو الهيئات مثل مقاهي الانترنت و المؤسسات.

² يتعلق الأمر بالمرسوم التنفيذي رقم 98 - 257 بتاريخ 25 أوت 1998 و المعدل بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم 2000-307 بتاريخ 14 أكتوبر 2000 و الذي يحدد شروط و كيفيات وضع و استغلال خدمة الانترنت.

ولهذا حاولت وزارة الاتصالات الجزائرية أن تتفد العديد من المشروعات لتدعيم وتوسيع البنى التحتية والاتصالات عبر الأقمار الاصطناعية ومنها مشروع انطلاق شبكتين عن طريق الساتلين Vsat و marsat مما يسمح من دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع والمستخدمين بشبكة الانترنت. وأيضاً وفرت وزارة الاتصالات خط اتصال أساسي (Backbone) من الألياف البصرية قدرته 34 ميغابايت في الثانية قابل للتوسعة لغاية 144 ميغابايت في الثانية.

كما أن وزارة الاتصالات أقامت شبكة تابعة لها لتقديم خدمة الإنترنت تستهدف كافة ولايات الجزائر تفوق سعتها 100000 خط و يتوقع أن يشترك فيها 100000 مشترك. و من مميزات هذه الشبكة الحكومية أنها تنظم العديد من الخدمات الموجودة حالياً على الويب إضافة إلى الخدمات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.

هذه الشبكة تشغل في الوقت الحالي على رقم النداء 1515 دون كلمة مرور أو اشتراك مسبق أو أي التزام و التكلفة تحسب آلياً مع فاتورة الهاتف ولكن من الملاحظ ارتفاع تسعيرة الخدمة في الوقت الحالي.

وتتوي وزارة الاتصالات رفع تسعيرة الهاتف الثابت مما قد يؤدي إلى عزوف الكثير من المستعملين الحاليين عن التردد على مقاهي الإنترنت بل ويخاف بعض أصحابها من إمكانية إغلاقها لعدم جدواها من الناحية الربحية.

أما بالنسبة لمركز البحث والإعلام العلمي والتقني والمتعارف على تسميته بالسيريست فقد نحى نفس المنحى الذي اتبعته وزارة الاتصالات الجزائرية حيث حاول تدعيم البنى التحتية عن طريق مشروع ربط بمزود في الولايات المتحدة الأميركية بخط تبلغ سعته 30 ميغابايت في الثانية.

كما يقوم السيريست بتزويد المشتركين العوام بأكثر من 20 نقطة وصول للإنترنت وكذا 43 خط متخصص لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي و48 خط متخصص لبقية القطاعات الأخرى ومنهم الموزعين الخواص. ويصل عدد الخطوط الهاتفية التي تمكن من الاختراق إلى الإنترنت بـ 2000 خط هاتفي تمكن 250000 مستعمل من هذه الخدمة و0000 مشترك سنة 2001 حسب مصادر السيريست. وحسب توقعاتنا يبلغ عدد المستعملين في الوقت الحالي أكثر من 700000 مستعمل.

وعلى الرغم من قيام هذا المركز بعدة أعمال أخرى مثل إدارة النطاق الجزائري DZ. وكذلك الشبكة الأكاديمية الجزائرية للبحث ARN إلا أن ما يهمنا في بحثنا هذا هو ما يقوم به المركز وغيره في ميدان التجارة الإلكترونية.

ثانياً: التجارة الإلكترونية

للأسف فإن ما حقق في ميدان تطور الإنترنت في الجزائر من حيث عدد المستعملين لم يواكبه تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية. فعلى الرغم من بعض المحاولات التي قامت بها وزارة الاتصالات ومركز السيريست في تهيئة جزء من البنى التحتية والبرمجيات وبناء المواقع

التجارية إلا أن قطاع البنوك والمؤسسات المالية ظل حبيس مجموعة من المشاكل الإدارية التي أصبحت ملازمة له منذ عقود.

ولقد بادرت بعض المؤسسات البنكية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في بعض النقاط المحدودة داخل التراب الوطني (Intranet) ولكن البعض منها لم يستمر طويلاً 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 بطاقات الصرف الآلي المتوفرة لدى البريد والمواصلات وبعض البنوك التجارية.¹

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

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 و فنية باستعمال نظام (WFA).

¹ د/إبراهيم بختي مرجع سابق.

ولكن الملاحظ أنه حتى الآن لم يتمكن القطاع المصرفي والمالي في الجزائر من تطبيق وتنفيذ هذه المشروعات نظراً لطرق الإدارة البالية المتبعة في هذا القطاع الذي ما يزال حكومياً في مجمله.

أما فيما يخص الاتصالات فتقوم الآن الشركة الحكومية المحلية المنبثقة عن إدارة البريد السابقة و المتخصصة في الهاتف المحمول (ATM Mobilis) بمبادرة لتوسعة شبكتها المتشعبة مع نهاية السنة الحالية. و يأتي هذا التوجه الجديد في ظل احتدام المنافسة بينها وبين منافسها الشركة المصرية أوراسكوم.

وبمساعدة فنية من العملاق اريكسن سوف تتمكن شركة اتم المحلية من رفع عدد مشتركها من 160000 الحاليين إلى 500000 بنهاية عام 2003. ويعتقد أن سوق الاتصالات اللاسلكية الجزائرية غير مستغلة إلى درجة كبيرة ذلك أن عدد المشتركين الحاليين يقدر فقط ب 1200000 مشترك نسبة إلى عدد السكان الذي يقدر ب 32 مليون نسمة، و هو معدل متدني مقارنة بالبلدان المغاربية المجاورة و البلدان الخليجية.

وتأمل الجزائر أن تتمكن من نيل اهتمام متعامل ثالث لشبكة الهاتف المحمول إذ سوف يعلن عن اسم الفائز في بداية سنة 2004.

ويرى مدير شركة اتم موبيليس الحكومية أن السوق الجزائري للهاتف المحمول سوف لن تتسع لثلاث متعاملين وثلاث شبكات ولكن اثنين منهم كافيين للقيام بأعبائها.

ويعترف نفس المسؤول بأن شبكة شركته الحالية متشعبة و قديمة ونوعية خدماتها رديئة في حين أن المتعامل المصري أوراسكوم لديه 1 مليون مشترك وقد دشن قبل بضعة أشهر خدمة الشرائح المدفوعة مسبقاً والتي نالت رواجاً كبيراً جعلت المتعامل الحكومي يفكر في إطلاق نفس المبادرة قريباً.

ويرى بعض المسؤولين الجزائريين أن عدد المشتركين في خدمة الهاتف المحمول بالجزائر سوف يتجاوز 10 مليون بحلول عام 2013.¹

للأسف الشديد لم تتوفر لدينا حتى الآن إحصائيات موثوقة حول حجم التجارة الالكترونية بالجزائر. وعلى الرغم من توقعنا أن حجم هاته الأخيرة متواضع جداً في هذه المرحلة خصوصاً بالنسبة لتلك التجارة الالكترونية الموجهة للمستهلكين (B2C) والتي ربما لا يتجاوز بضع ملايين من الدولارات إلا أن مشكلة الإحصائيات تثير مشكلاً هيكلياً أخطر.

ويتمثل ذلك في انعدام جهة رسمية موحدة تتبنى وتنسق مجهودات التجارة الالكترونية وتشجعها ومن تم توفر وتنتشر الإحصائيات المتعلقة بها. ويشير د/ كمال رزيق و أ/مسدور فارس² الى أنهما تقريبا من وزارة التجارة

¹ Trade Arabia, Algeria to boost GSM network capacity, septembre 30 2003 at: septembre 30 2003 at: www.tradearabia.com

² د/كمال رزيق و أ/مسدور فارس : التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة- مجمع أعمال الملتقى الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة - جامعة البليدة 22/21 ماي 2002 .

في الجزائر بغرض طلب معطيات حول التجارة الالكترونية وأن رد هذه الأخيرة أنه لا توجد أي معطيات حول هذا الموضوع على مستوى الوزارة.

خامساً: مستقبل الإنترنت و التجارة الالكترونية في العالم العربي

1 - الإنترنت في العالم العربي¹

حسب مجموعة المدار للبحوث (Madar Research Group)¹ فان عدد مستعملي الإنترنت في العالم العربي سيبلغ 25 مليون مستعمل بحلول عام 2005.

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

ولقد بلغ معدل اختراق الإنترنت (Internet Penetration) 1.20 % في أول ربع سنة 2001 و ارتفع إلى 2.54 % أواخر الربع الثالث من سنة 2002. و حسب توقعات مجموعة مدار فانه سوف يصل إلى 8% بحلول عام 2005 على مستوى العالم العربي. أما فيما يخص معدلات الاختراق الخاصة بكل بلد فان دولة الإمارات العربية تنصدر البلدان العربية في الوقت الحالي بمعدل مقداره 27.69 % و تليها البحرين بمعدل يساوي 22.06 %. و يتوقع أن تصل معدلات البلدين المذكورين بحلول عام 2005 إلى 38% بالنسبة للإمارات و 32% بالنسبة للبحرين. وبخصوص عدد مستعملي الإنترنت فان المملكة العربية السعودية في الوقت الحالي تمثل أكبر

¹ موقع نوا لاحصائيات الإنترنت في الموقع: www.nua.ie

مجتمع للإنترنت بعدد 1.6 مليون مستعمل ثم تليها دولة الإمارات بعدد 900000 مستعمل.

أما في عام 2005 فإن التوقعات تشير إلى أن مصر مرشحة لأن تصبح أكبر بلد فيما يخص عدد مستعملي الإنترنت و عددهم 6.5 مليون مستعمل و سوف تليها المملكة العربية السعودية ب 4.48 مليون مستعمل فالجزائر ب 2.4 مستعمل.

وتشير التوقعات إلى أنه بالرغم من تضاعف عدد المستعملين مرتين كما هو الحال في البلدان العربية المشار إليها من الآن و حتى سنة 2005 إلا أن بعض البلدان العربية مثل سوريا و العراق و اليمن و السودان سوف تستمر في نفس المواقع المتخلفة فيما يتعلق بترتيب البلدان العربية حول عدد مستعملي الإنترنت. و لقد تطور استعمال الانترنت في الوطن العربي مع منتصف التسعينيات فشمّل جل البلاد العربية في الوقت الحالي.

ومن المتعارف عليه أن نسبة أو معدل اختراق الانترنت يعتبر من أشهر مؤشرات حجم انتشار استعمال الانترنت في مجتمع معين حيث يعطي فكرة عن عدد المستعملين للانترنت منسوباً إلى عدد السكان. كما أن معدل اختراق الحواسيب يشير الى نسبة الحواسيب الشخصية الى عدد السكان ويوضح الجدول التالي هذه المعدلات على المستوى الدولي:

معدلات اختراق الانترنت و الحواسيب الشخصية على المستوى
الدولي

المنطقة	نسبة اختراق مستعملي الانترنت	نسبة اختراق الحواسيب الشخصية	نسبة المستعملين إلى الحواسيب
شمال أميركا	% 57	% 62	0.91
أوروبا	% 24	% 23	1.04
مجلس التعاون الخليجي	% 9.23	% 7.64	1.21
أميركا الجنوبية	% 5	% 7	0.71

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث.

ويشير الجدول الموالي الى ترتيب البلدان العربية حسب نسبة اختراق

الإنترنت:

ترتيب البلدان العربية حسب نسبة اختراق الانترنت حتى نهاية شهر أوت من سنة

2002

الترتيب	البلد	السكان سنة 2002	مستعملي الإنترنت	معدل الاختراق
1	الإمارات	3250000	900000	%27.6
2	البحرين	680000	150000	%22.6
3	لبنان	4100000	460000	%11.22
4	الكويت	2300000	205000	%8.91
5	قطر	790000	60000	%7.59

6	السعودية	23500000	1600000	%6.81
7	الأردن	5300000	320000	%6.24
8	عمان	2700000	150000	%5.56
9	تونس	10000000	460000	%4.60
10	فلسطين	340000	103000	%3.03
11	ليبيا	5300000	125000	%2.36
12	مصر	71000000	1500000	%2.11
13	المغرب	31000000	510000	%1.65
14	الجزائر	31500000	500000	%1.59
15	سوريا	19000000	200000	%1.05
16	اليمن	19100000	40000	%0.41
17	السودان	34000000	70000	%0.21
18	العراق	24100000	25000	%0.10
المجموع		291020000	7378000	%2.54

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث.

2 - التجارة الإلكترونية في البلدان العربية

على الرغم من التراجع الذي تعرفه معدلات الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و فشل الكثير من المشروعات¹ في تبني التجارة الإلكترونية في الوقت الحالي على المستوى العالمي فإن واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي و خصوصاً في الشرق الأوسط يشير إلى نوع من الانتعاش.²

¹ Feras B.Qumseya, Arab E-Commerce resists IT downturn, May 15th in US.- Arab tradeline, ArabDatanet.com

² Feras B. Qumseya مرجع سابق.

وتشير بعض التقارير الى أن تعاملات التجارة الإلكترونية في سنة 2003 متوقع لها أن تنمو في قيمتها لتصل إلى 3 بليون دولار أميركي وهو ما يمثل معدل زيادة تقدر ب 800 % على مستواها الحالي. و يقدر حجم التجارة التقليدية العربية ب 250 بليون دولار أميركي حالياً منها 400 مليون كتجارة إلكترونية تمثل التعاملات البنكية جزءاً كبيراً منها.¹ وللمقارنة فان 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.

وفي واحدة من الدراسات قامت مجموعة (دي أي تي) بصبر للأراء شمل مستخدمي الإنترنت ومزودي خدمات الشبكات وأصحاب المتاجر الإلكترونية وشركات تطوير البرمجيات وشركات إحلال التجارة الإلكترونية بالمنطقة العربية.²

ومن بين نتائج الدراسة أن من بين من استعملوا الإنترنت للشراء من العرب لن تتجاوز نسبتهم 4% و كانت أعلى نسبة من بين هؤلاء تخص مشتريات برامج الكمبيوتر ب 23% والكتب ب 22% والهدايا ب 7% والعطور والإلكترونيات ب 10% و تذاكر السفر ب 7%.

¹ Feras B. Qumseya مرجع سابق.

² عمار عقيلي: التجارة الإلكترونية عربياً معوقات تشريعية و تقنية، مجلة الاقتصاد و الأعمال، مارس 2000، ص 100.

وقدر حجم المشتريات بالنسبة للمتسوق العربي عبر الإنترنت من طرف نفس الدراسة ما بين 50 و 400 دولار في حين يقدر حجم الإنفاق من خلال التجارة الالكترونية في الوطن العربي بنحو 11.5 مليون دولار وهو ما يعتبر من أضعف المعدلات على المستوى الدولي.

وحسب دراسة أجراها المهندس نبيل محمد شلبي المستشار في الغرفة التجارية الصناعية للمنطقة الشرقية بالسعودية فإن تسع دول عربية يمكن تصنيفها في 3 فئات أساسية حسب درجة النضج التي وصلت إليها تقنية المعلومات والاتصالات في أسواقها.¹ وكانت النتائج كالتالي:

بلدان ذات نمو سريع	بلدان ناشئة	بلدان نامية
الإمارات الكويت	السعودية الأردن لبنان مصر	سوريا عمان المغرب

كما تشير بعض الإحصائيات أن عدد مستخدمي الانترنت بلغ في نهاية السنة الماضية (2002) حوالي 12 مليون مستخدم ومن المتوقع أن يصل هذا العدد إلى 40 مليون مستخدم.² ومن المتوقع حسب مجموعة مدار

¹ جريدة الشرق الأوسط - مرجع سابق.

² جريدة الشرق الأوسط - مرجع سابق.

للأبحاث أن يصل عدد مستعملي الانترنت في أفق سنة 2005 حسب الجدول التالي:

نسب اختراق الانترنت في الوطن العربي حتى نهاية سنة 2005

الترتيب	البلد	مستعملي الانترنت	نسبة الاختراق
1	الإمارات	1346000	38%
2	البحرين	237000	32%
3	الكويت	463000	18.5%
4	قطر	155000	18%
5	لبنان	804000	18%
6	السعودية	4482000	17.5%
7	عمان	471000	16%
8	الأردن	867000	15%
9	تونس	1308000	12%
10	ليبيا	520000	9%
11	مصر	6578000	8.5%
12	المغرب	2872000	8.5%
13	فلسطين	297000	8%
14	الجزائر	2404000	7%
15	سوريا	828000	4%
16	العراق	657000	2.5%

17	اليمن	417000	2%
18	السودان	556000	1.5%
	المجموع	25260000	8%

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث

وحتى يتسنى لنا مقارنة ما يجري في الوطن العربي مع ما يجري في مناطق العالم الأخرى ندرج الإحصائيات المتضمنة في الجدول التالي:

معدلات الاختراق و نموها في العالم و الوطن العربي

المؤشر المنطقة	معدل الاختراق		متوسط معدل النمو (2002 - 2005)
	نهاية أوت 2002	نهاية سنة 2005	
المعدل العالمي	10 %	15.70 %	18.5 %
الوطن العربي	2.54 %	8 %	50 %
مجلس التعاون الخليجي	9.23 %	19.76 %	37 %

المصدر: مجموعة مدار للأبحاث.

ويلاحظ من هذا الجدول أن المعدلات الحالية بالنسبة للوطن العربي تعتبر ضعيفة مع المتوسط العالمي على الرغم من نسبة نمو عالية جداً. ولكن معدلات الاختراق في دول مجلس التعاون الخليجي تتمتع بمعدلات تقترب من المتوسط العالمي حالياً لكنها تفوقه مع حلول سنة 2005.

الخلاصة

يبدو أن العالم العربي غير متجانس فيما يتعلق بنمو مجتمع الانترنت فيه. فعلى الرغم من معدلات نمو عدد المستعملين المرتفعة (نسبة اختراق عالية) في بعض الحالات إلا أن نوعاً من الفجوة الرقمية ما فتئت تميز ما بين نوعين من البلدان العربية في هذا الميدان.

فمن جهة نجد أن دول مجلس التعاون الخليجي الغنية و المجهزة تكنولوجياً بشكل جيد تتمتع بإمكانيات تجعلها في موقع جيد فيما يتعلق بمعدلات اختراق الانترنت بل و تتفوق في ذلك على المتوسط الدولي. في حين أن بلدان عربية أخرى لا تزال بعيدة عن المعدلات الدولية فيما يتعلق باستعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال بصفة عامة و الانترنت بصفة خاصة و يبدو أن فقر هذه الدول و تخلفها يساهم كثيراً في هذه الوضعية.

بل أن بعض التقارير¹ تذهب إلى أن هذه البلدان و خصوصاً الأهلة بالسكان تشترك في كون الأمية فيها تشكل أكبر التحديات بحيث تتراوح ما بين 20 إلى 40 % كما هو الحال في مصر والمملكة العربية السعودية.

¹ مجموعة مدار للأبحاث - مصدر سابق.

فإذا ما أضفنا إلى ذلك أن نسبة الشباب تمثل مثلاً 42 % من سكان المملكة العربية السعودية (أقل من 14 سنة) فإن انتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال مرهون بمدى تعرض (Exposition) هذه الفئات لهاته التكنولوجيات وتفاعلها معها. ويعد الفقر أيضاً واحداً من المعوقات الهامة أمام انتشار الانترنت على وجه الخصوص حيث أن امتلاك خط هاتفي وجهاز كمبيوتر يعتبر من الكماليات البعيدة المنال في كثير من البلاد العربية.

أما الهوية الرقمية الداخلية وعلى الرغم من نقص الدراسات المتخصصة حول هذا الموضوع فنعتقد أنه في جل البلدان العربية المتوسطة والكبيرة على وجه الخصوص حيث الفروق الطبقية والاجتماعية والاقتصادية تتميز بحدتها الشديدة لا شك أن فئات من "عدم المرتبطين" لا تزال تشكل السواد الأعظم من السكان. و يمكن تصور فئتين بارزتين من "المحرومين الرقميين" تتمثلان في الفقراء و الأميين من جهة والإناث من جهة أخرى.

و لعل حالة الجزائر تستدعي بعض الشرح حيث أن نسبة الأمية نسبياً ضئيلة و نسبة التفرقة (Differentiation) الاجتماعية ليست معتبرة و لكن يبدو أن الخمسة عشرة سنة الماضية من عدم الاستقرار قد تبثت الجزائر في عهد ما قبل الثورة المعلوماتية مما يجعل مجهودات تدارك التأخر في هذا الميدان مهمة صعبة للغاية علماً بأن النمو الديمغرافي لم يتوقف في هذه المرحلة.

إن توفر البنى التحتية الضرورية وتوفر الإمكانيات المادية والبشرية كما هي شرط ضروري لانطلاق مجتمع الاقتصاد المعرفي فإن لعنات

التخلف الكلاسيكي وعلى رأسها النمو الديمغرافي والفقر يجب تلجيمها أولاً. فعلى سبيل المثال يعتقد أن الهوة الرقمية في كثير من الدول العربية ربما كانت بسبب عوز "البدون" أي الغير قادرين على تحمل تكاليف الولوج إلى الإنترنت و الحد الأدنى من تجهيزات الإعلام الآلي.

أما اعتقاد البعض بأن حل كل مشاكل العالم العربي سوف تأتي عن طريق الحلول الإلكترونية أو الافتراضية التي يكسبها هؤلاء ثوب الخلطة السحرية فنعتقد أن ذلك لا يعدو عن كونه نوعاً من الانبهار الرقمي المبالغ فيه كما سبقه الانبهار الصناعي و الانبهار الحاسوبي.¹

فيما يخص التجارة الإلكترونية فإن الوضع أسوأ حيث يمكن القول أن هذا النوع من الحلول الإلكترونية لا يزال في بداياته.

بل أن كل الدلائل تشير أن حظ أنواع التجارة الإلكترونية المختلفة من التطبيق لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يكاد يكون معدوماً في البيئة العربية. أما بعض الشركات الكبيرة و التي تضطر اضطراراً إلى التعامل مع الموردين أو الأسواق الخارجية فهي تعتمد أحياناً أسلوب التجارة البينية (B2B).

أما بالنسبة لبعض المبادرات القليلة التي تسعى من ورائها المؤسسات إلى الوصول إلى المستهلك النهائي (B2C) فنجد بأن هذه الأخيرة تركز

¹ يتحدث كورتين رئيس شركة لومينار في الولايات المتحدة الأمريكية عن تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال على أنها ليست خلطة سحرية بالنسبة للتنمية في بلدان العالم الثالث. Caitlin F. Curtin, M.A E-commerce reality: thoughts on using e-commerce today to achieve regional development goals, MDF4.

أكثر على جوانب الإعلانات والإشهار من دون أن يكون هناك تكامل فيما يتعلق مثلاً بإدارة الطلبات مباشرة أو الدفع الآمن المباشر أو خدمة العملاء (CRM).

وإذا كانت الإنترنت والتجارة الإلكترونية وتكنولوجيات المعلومات والاتصال لا تعدو عن كونها وسائل أو وسائط (Mediums) للمعرفة والتطور والنماء الاقتصادي والاجتماعي فهي مع ذلك تعتبر شرطاً ضرورياً له (غير كاف كما يقول الرياضيون) .

وإذا ما أردنا أن نوسع النقاش إلى وضعية العالم العربي فيما يتعلق بالتنمية البشرية بصفة عامة يمكن الرجوع إلى التقرير العربي للتنمية الإنسانية لعام 2003¹ والذي كان تحت عنوان " نحو إقامة مجتمع المعرفة " وخصص هذه السنة إلى تحليل أوضاع المعرفة والتقانة والرأس المال البشري.

لقد خلص هذا التقرير إلى أن أحوال هذه المنطقة من العالم ليست على ما يرام، والتناقض الصارخ يكمن في كون نفس المنطقة تتمتع بإمكانات طبيعية وبشرية وجيوستراتيجية هائلة ولكن ذلك لم يشفع لها في تبوء المراتب الأخيرة على المستوى الدولي فيما يتعلق بمؤشرات النمو الإنساني. و يقول مؤلفو التقرير في النهاية:²

" فيما يتصل بحال اكتساب المعرفة في بدايات القرن الحادي والعشرين، يخلص التقرير الثاني هذا إلى ضعف نشر وإنتاج المعرفة في

¹ التقرير العربي للتنمية الإنسانية 2003 مرجع سابق.

² التقرير العربي للتنمية الإنسانية 2003 مرجع سابق.

البلدان العربية على الرغم من وجود رأسمال بشري عربي مهم، و يمكنه في ظروف مغايرة أن يكون بنية أساسية قوية لقيام نهضة معرفية."

توصيات عامة

ويمكن اقتراح بعض التوصيات التي نعتقد أنها كفيلة بالمساهمة في انتشار تكنولوجيات الاتصال و المعلومات بين مواطني الوطن العربي بصفة عامة و تمكينهم على وجه الخصوص من الولوج إلى الإنترنت بسهولة و كذا تسهيل تطبيق حلول التجارة الالكترونية بين مؤسسات هذه المنطقة من العالم وبالتالي استفادة المستهلكين العرب منها.

1. وضع استراتيجيات وطنية لمحو أمية الإنترنت و تسهيل توفر هذه الخدمة لأكبر عدد ممكن من المواطنين وخصوصاً للشباب والتلاميذ.
2. الاستثمار أكثر في الأنظمة المعلوماتية و الشبكات ووسائل الحماية الالكترونية.
3. توفير البنى التحتية للاتصالات بصفة عامة والتجارة الالكترونية على وجه الخصوص.
4. فتح سوق الاتصالات وخدمات الإنترنت حقيقياً أمام المنافسة الداخلية و الخارجية و سعي السلطات العمومية نحو تخفيض الأسعار وتنظيم القطاع.
5. تطوير النظام المصرفي عموماً والخدمات البنكية الالكترونية خصوصاً و لا سيما بطاقات الدفع الآمنة و الذكية.

6. وضع الأسس والقواعد القانونية والتنظيمية وتوحيدها لتخدم التجارة الالكترونية و التبادلات الالكترونية بصفة عامة.
7. تحسين البنى التحتية للاتصالات و تقويتها.
8. توفير الحد الأدنى من البنى التحتية للتجارة الالكترونية (المفاتيح العمومية Pki- التوثيق الالكتروني- التوقيع الالكتروني...الخ)
9. إنشاء لجان وطنية للتجارة الالكترونية تحت إشراف وزارة التجارة و عضوية كل القطاعات المعنية لتنسيق الجهود توحيد الرؤية.
10. رسم سياسة وطنية لتشجيع تبني التجارة الالكترونية من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
11. الانطلاق في حملة وطنية للتوعية بفوائد التجارة الالكترونية وتفعيل دور ممثلي قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كالغرف التجارية و الاتحادات المهنية.
12. إقحام الشركات الوطنية الكبيرة في مجهودات دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثل سوناطراك في الجزائر وأرامكو في السعودية.

المراجع

المراجع باللغة العربية:

- د.أحمد باسل الخشي: الانترنت و تطبيقاتها الحالية و المستقبلية - مجلة المعلوماتي - العدد السابع و الثلاثون - تشرين الثاني 1995.
- د/بختي إبراهيم الانترنت في الجزائر مجلة الباحث العدد الأول 2002/1 جامعة ورقلة الجزائر.
- د/كمال رزيق و أ/مسدور فارس : التجارة الالكترونية و ضرورية اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة- مجمع أعمال الملتقى الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة - جامعة البليدة 22/21 ماي 2002 .
- عمار عقيلي: التجارة الالكترونية عربياً معوقات تشريعية و تقنية، مجلة الاقتصاد و الأعمال، مارس 2000.م.علي نخلة (مصرف لبنان) الخدمات الالكترونية و التحولات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات - مجمع أعمال المؤتمر العلمي العربي حول آفاق الأعمال الالكترونية و الاقتصاد العربي - قصر المؤتمرات الأونيسكو - بيروت 19/18 نيسان 2002.
- تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003 برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي و الاجتماعي ، عمان الطبعة العربية 2003.
- جريدة الشرق الأوسط ليوم 26 سبتمبر 2003.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Caitlin F. Curtin, M.A E-commerce reality: thoughts on using e-commerce today to achieve regional Lawrence E., Corbitt B., Tidwell A., Fisher J., Lawrence J. Internet commerce digital models for business, John Wiley & sons, Milton Australia, 1998.
- Castells, 2000, "Information, Technology and Global Capitalism, in Hutto and Giddens, eds. On the edge, essays on a runaway world, London, Jonathan Cape.
- Cronin M. Ed, The internet strategy handbook- lessons from the new frontiers of business, Harvard 1996.
- Mohammed A. EL Nawawy, Magda M. Ismail "Overcoming deterrents and impediments to electronic commerce in light of globalization: the case of Egypt"
- Richard Kacperek & Roger Armstrong, The development of internet strategies in SMEs: -Cooksons.com – a case study, University of central Lancashire department of Management working papers no5, july 2002.
- Understanding the digital divide, OECD, 2001, Paris, France.

المواقع الإلكترونية:

www.anu.edu.au/people/Roger.clarke/ec/
www.ArabDatanet.com
www.ecommerce.gov.sa
www.ilr.cornell.edu
www.madarresearch.com
www.nua.ie/surveys/index
www.tradearabia.com
www.wto.org