

الملتقى الوطني عن بعد حول

" دور التجارة الالكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر  
جامعة غرداية - الجزائر - يوم : 15 نوفمبر 2023

محور المشاركة :

المحور رقم 01: الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

عنوان الورقة البحثية:

الفرص والتحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في الدول العربية

من إعداد:

د. بوقليمينة عائشة

طالب دكتوراه: زينة البشير ولي الدين

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية بولاية غرداية - جامعة غرداية(الجزائر)

[bouglimina.aicha@univ-ghardaia.edu.dz](mailto:bouglimina.aicha@univ-ghardaia.edu.dz)

[zenina.bachirwalieddin@univ-ghardaia.dz](mailto:zenina.bachirwalieddin@univ-ghardaia.dz)

**الملخص:**

هدفت هذه الورقة البحثية إلى تحليل كيفية ومدى مساهمة التجارة الإلكترونية في ترقية وتنمية الدول العربية، وذلك من خلال تحديد التحديات والعوامل التي تسهل اعتماد التجارة الإلكترونية في الدول العربية. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق ذلك.

وقد توصلت الورقة البحثية إلى أن صناعة التجارة الإلكترونية في الدول العربية لديها مهمة صعبة تتمثل في إقناع العملاء بأن المعاملات آمنة بتوفير الحماية للبيانات الشخصية، بالإضافة الى تنمية الموارد البشرية، وتولي اهتمام أكبر لمحو الأمية الإلكترونية بين المواطنين ، وتوفير قاعدة للمهارات اللازمة للتجارة الإلكترونية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة . وينبغي على الحكومات تشجيع المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية، من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص .

**الكلمات المفتاحية:** تجارة الكترونية، مؤسسة ناشئة، دول العربية .

**تصنيف JEL :** ، M13 ، L81.

**Abstract:**

This research paper aims to analyse how and to what extent e-commerce contributes to the promotion and development of Arab countries, by identifying the challenges and factors that facilitate the adoption of e-commerce in Arab countries. The descriptive analytical

method was used to achieve this.

The research paper concluded that the e-commerce industry in Arab countries has a daunting task of convincing customers of secure transactions and protection of personal data, in addition to developing human resources, paying greater attention to e-literacy among citizens, and to provide a skills base among SMEs for ecommerce. Governments should encourage business start-ups in the field of electronic commerce, through partnership between the public and private sectors.

**Keywords:** e-commerce, start-up, Arab countries.

**Classification JEL:** L81, M13.

## مقدمة:

لقد شهد العالم تطورات وتغيرات لم نشهدها في العقود السابقة ، حيث أن ممارسة الأعمال التجارية أصبحت أهم ما يميزها السرعة ، فقد غيرت تكنولوجيا المعلومات أسلوب العمل ، وذلك من خلال المواقع الإلكترونية الذي تقدم معلومات لا نهاية لها، إذ يمكن من خلالها الوصول إلى آلاف منتجات الشركات المختلفة، مما يجعل العالم أشبه بقريّة صغيرة، حيث يمكن الوصول عبر شبكة الإنترنت إلى أي نقطة في العالم بسرعة دون التعب ودون صعوبة الانتقال وبدون تكاليف مادية باهظة، ولذلك استخدام التكنولوجيا أصبح لها تأثير متزايد على مساعدة الشركات في القيام بكثير من المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وساهمت بشكل كبير في تغيير طبيعة المعاملات التجارية من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، وبالتالي تحولت التجارة إلى التجارة الإلكترونية مما أدى إلى التحول الطرق التقليدية لعقد الصفقات وربطها باستخدام الطرق الرقمية التي تعتمد على استخدام الأدوات التي تتم إدارتها بشكل رقمي، وأصبحت التجارة الإلكترونية تعتبر واحدة من أفضل الاستراتيجيات لتطوير المؤسسات الناشئة، فباستخدام التجارة الإلكترونية يمكن دعم النمو الاقتصادي والتنمية، وضمان تحقيق أهداف التنمية المستدامة للبلدان؛ وخاصة في الدول النامية مثل الدول العربية. لقد أثبتت التجارة الإلكترونية فوائدها في العديد من الدول المتقدمة، وتم انشاء العديد من المواقع الإلكترونية لمؤسسات ناشئة أثبتت نجاحها عبر الانترنت إلا أن هناك خدمات تقدمها التجارة الإلكترونية مازال أمامها العديد من العقبات خاصة في الدول النامية.

. وانطلاقاً من ذلك ظهرت إشكالية هذه الورقة البحثية فيما يلي: ماهي التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول

العربية؟".

## أهمية الورقة البحثية:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أن التجارة الإلكترونية تساعد المؤسسات في عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم دون انقطاع وبتكلفة أقل ، مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.

تأتي أهمية الدراسة كونها إحدى المحاولات التي تهدف إلى دراسة واقع التجارة الإلكترونية وأهم المعوقات التي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات في الدول العربية ، وبالتالي فإن معرفة الصعوبات التي تعاني منها المؤسسات تعد خطوة أولى في التغلب عليها، مما يساهم في زيادة انتشار التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بها، وهذا ينعكس بالإيجاب على المؤسسات بصفة العامة والمؤسسات العربية بصفة خاصة.

**الهدف من الورقة البحثية:** قطعت الدول المختلفة خطوات كبيرة في هذا الموضوع (تطبيق التجارة الإلكترونية) ، ورغم مرور زمن طويل عليه، إلا أن هناك عدم نضج ونقص تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاع الاعمال في الدول العربية، كما تتوقع الباحثة يعود هذا إلى وجود بعض معوقات التجارة الإلكترونية التي تحول دون تطبيقها، بذلك تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول العربية.

**منهجية وحدود البحث:** اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بهدف وصف الإطار النظري لكل من التجارة الإلكترونية، والتحديات التي تواجهها خاصة في الدول العربية.

**تقسيمات الورقة البحثية:** تم تقسيم البحث وفقاً لما يلي:

1. مدخل للتجارة الإلكترونية
2. آثار التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الدول العربية.
3. التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول العربية.

## 1. اطار مفاهيمي للتجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية كأحد أهم اشكال الاعمال الإلكترونية في المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال السنوات الاخيرة من القرن العشرين، ومن ثم فقد اصبحت أحد ركائز النظام الاقتصادي العالمي الجديد.

بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام 1994 ، حيث ارتبط هذا المصطلح وبشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقاً. مرت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية وتمثلت في مايلي<sup>1</sup>:

المرحلة الأولى: وتعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين Chain Supply أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها.

المرحلة الثانية: فيها بدأ التبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين Interchange Data Electronic وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة Networks Added Value .

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت Commerce Electronic. حققت هذه المرحلة مزايا كثيرة للمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها منها:

- تخفيض تكلفة إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت، مما يسمح بزيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية. وهذا بدوره يساعد على فتح الأسواق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، ويعزز مكانة المؤسسة في زيادة قدرتها التنافسية.

- تعزيز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء كأجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى إنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عليه، مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال وطباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية
- تحسين التدفقات المالية والنقدية للشركة وساهم في تقليل الأخطاء وتأكيد المعاملات فيم بينها .
- تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات، بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية.

## 1.1 . تعريف التجارة الالكترونية

يقصد بالتجارة الالكترونية استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة او بين عدة دول مختلفة، وتستخدم شبكة المعلومات الدولية لتوفير معلومات عن الفرص التجارية واجراء معاملات التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وبعده والنقل والصيانة والشحن والتفريغ وغيرها<sup>ii</sup>.

ويقصد بالتجارة الالكترونية كل عمليات البيع و الشراء للسلع و الخدمات التي تتم بالاعتماد على شبكات حاسوبية باستخدام أساليب صممت خصيصا لذلك ، وتظهر معالم التجارة الالكترونية في كل العمليات التجارية التي تتم عن طريق الانترنت، كالتعاقد الالكتروني، الاشهارات التجارية الالكترونية، الدفع الالكتروني، القيد في السجل الالكتروني، المنافسة التجارية الالكترونية وغيرها من مظاهر المعاملات التجارية التقليدية التي تحولت و أصبحت إلكترونية<sup>iii</sup>.

فالتجارة الإلكترونية هي عمل تجارى من خلال تسيق إلكتروني عبر شبكة الأنترنت ، والتجارة الإلكترونية هي أيضاً عملية بيع و شراء عبر شبكة الأنترنت العملاقة في جميع الأغراض سواء كانت سلعية أم خدمية ؛ ذلك لأنها التجارة التي تتمثل في كونها قادرة على عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحوسبة عبر شبكة الانترنت ، بالرغم من البعد الجغرافي بين طرفي التعاقد الإلكتروني ، وذلك عن طريق التوقيع الإلكتروني على المستند الإلكتروني<sup>iv</sup>.

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وبيع المنتجات والخدمات وتوزيعها ، من خلال شبكة الاتصال بوسائل إلكترونية ، هذا بالإضافة إلى أنشطة دعم عمليات التبادل من خلال البنية الأساسية الرقمية . وهذا التعريف يجعل التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة للمستهلك عبر الأنترنت ، أو غيرها من وسائل الاتصال الإلكتروني ، بدءاً من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بخدمات ما بعد البيع ، ومن ثم فهي بمثابة أداء بعض أو كل العمليات التجارية باستخدام شبكات الاتصال الدولية . ومن ثم فإن المفهوم يتسع ليشمل إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات ، ويشمل ذلك المعاملات بين الشركات والمستهلكين والتعاملات الحكومية ، سواء بين الهيئات الحكومية وبعضها البعض ، أو بينها وبين الشركات الخاصة على شبكة الإنترنت<sup>v</sup>.

## 1-2- أهمية التجارة الالكترونية:

تتمثل أهمية التجارة الالكترونية في مايلي<sup>vi</sup>:

- تسمح التجارة الالكترونية بالتسوق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك هي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروع وتحقيق اهدافها.
- توفر في النفقات الادارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في اقامة علاقات مستمرة مع البائعين والمستثمرين، كما انها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأساً للمستهلك.

- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الاسعار او الجودة او الدفع.
- تعتبر ذات اهمية خاصة لكل المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث انها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.
- أصبح بإمكان المتعاملين عبر شبكة الأنترنت تأمين تبادل الإيجاب والقبول بأسرع وقت ممكن ، ففي حالة توافق الإيجاب والقبول يكون التنفيذ الإلكتروني الفوري للعقد ، إضافة إلى تخفيض مرحلة تخزين الأوراق المكتوبة التي تظهر في مجال التجارة التقليدية.
- تتيح التجارة الإلكترونية فرصا واسعة للدخول إلى الأسواق والانفتاح على سوق واسعة من المستهلكين ، وتساعد المشاريع الصغيرة والمتوسطة أن تأخذ دورا واسعا لممارسة نشاطها على الأنترنت ؛ مما يمكنها من الوصول إلى أسواق ذات قدرة شرائية عالية ، مثل التي في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية<sup>vii</sup>.

### 1-3- خصائص التجارة الالكترونية

تتمثل خصائص التجارة الالكترونية في مايلي<sup>viii</sup>:

- الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء كان بالنسبة للحاسبات الالكترونية وتطبيقاتها او الاتصالات على مختلف انواعها.
- يتطلب اعادة الهيكلة الكاملة في المؤسسات التجارية واعادة توزيع الوظائف فيها ومع الاخذ بعين الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة ومع التركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات.
- الاتمته الكاملة لجميع العمليات الادارية داخل المؤسسة او بين المؤسسة وجميع عناصر القيمة المضافة.
- انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظرا لانحصار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الالكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات.
- الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجرئها المؤسسة التجارية مع الاخذ بعين الاعتبار ضرورة استخدام تقنيات المعلومات وايصالها لكافة المستويات التي تطلبها وتقديمها وتعريفها للغير اثناء عملية البحث.
- ارتكاز عمليات الشركة التجارية يتمحور حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه لتلبية متطلباته واشباع رغباته من اجل المحافظة عليه.

### 1-4- الشروط الواجب توفرها لتطبيق التجارة الإلكترونية

يتطلب نظام العمل الذي تعتمده التجارة الإلكترونية توفر الشروط الآتية<sup>ix</sup>:

- الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء تعلق الأمر بالحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها أو بالاتصالات على مختلف أنواعها .
- يتطلب الأمر إعادة الهيكلة الكاملة للمؤسسات التجارية وإعادة توزيع الوظائف فيها، مع الأخذ في الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة والتركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات .
- الأتمته الكاملة لجميع العمليات الإدارية داخل المؤسسة أو بين المؤسسة وجميع عناصر القيمة المضافة.

- الانخفاض الكبير في حجم العمالة مقارنة مع حجم العمليات التي يتم تنفيذها بل أن الاتجاه الأغلب هو التحول إلى نوع آخر من العمالة
- المنتجات التي يتم تداولها هي منتجات حسب الطلب، لذلك تمتاز هذه العمليات بالكفاءة الإنتاجية.
- انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظراً لانحصر التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الإلكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات.
- الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسة التجارية، وضرورة استخدام تقنيات المعلومات وإيصالها لكافة المستويات التي تطلبها وتقديمها وتعريفها للغير أثناء عملية البحث.
- تتمحور عمليات الشركة التجارية حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه.

## 1-5- فرص التي تحققها التجارة الإلكترونية للمجتمع:

وتتمثل في مايلي<sup>x</sup>:

- تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر ، والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية.
- تتيح فرص العمل المقترن بالربح لكل حاملي الشهادات العليا و المتوسطة ، بالإضافة إلى عمل ربات البيوت ، ومحدودي الدخل ، والمحلبين إلى المعاش ، وذوى الاحتياجات الخاصة ؛ مما يتيح للدولة الاستفادة من طاقاتهم في تحقيق التنمية.

## 2- آثار التجارة الإلكترونية على اقتصاديات الدول العربية:

من المنتظر أن تفتح التجارة الإلكترونية آفاقاً متعددة ومجالات كثيرة للدول العربية ومن أهمها المجال الاقتصادي، ومن المأمول أن يكون للتجارة الإلكترونية آثار متعددة ومرغوبة على جوانب اقتصادية متعددة. ولاستخدام التجارة الإلكترونية أثر كبير في طرق عمل الشركات ولها تأثير واضح في أسعار البضائع والمنتجات. ويمكن تلخيص تأثيراتها بالنقاط الآتية<sup>x</sup>:

- تعمل التجارة الإلكترونية على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بين المنشآت بفعل دخول المعرفة والمعلومات كأصل مهم ورئيس من أصول رأس المال، كما تتاح الفرصة لزيادة حجم عمليات البيع من خلال الاستفادة من المقدرة على التسوق عبر الإنترنت طوال ساعات النهار والليل دون أن تزيد التجارة الإلكترونية من الضغوط التنافسية على المنشآت، وذلك بفعل تخفيض تكلفة المنتجات، لأن تطبيق هذا النوع من التجارة سيؤدي إلى زيادة كمية هذه المنتجات وسعي المنشآت إلى ترويجها في مناطق جديدة لم تكن تتوجه إليها من قبل. وإلى تقديم أفضل عروض البيع لجذب العملاء، وتقديم تسهيلات كثيرة للمستهلك، مما يؤدي إلى زيادة النفقات العامة الأخرى، وبذلك تفقد المنشآت الأقل كفاءة قدرتها على المنافسة .

- تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي للدول العربية بسبب الكفاءة في عرض السلع والخدمات وتقليل القيود للدخول إلى الأسواق والمقدرة العالية للحصول على المعلومات اللازمة، بالإضافة تخفيض كلفة المواد وتسريع الحصول عليها وتخفيض تكاليف الإنتاج، ورفع الكفاءة باستخدام برمجيات التسيير الذاتي.
- التجارة الإلكترونية يمكن أن تغير من تركيبة المشروعات والقطاعات الاقتصادية والإنتاج عموماً ويلاحظ أن أثرها على المستوى الرأسي بالنسبة للمشروعات ذو أهمية كبيرة. فمن المعروف أن كل منتج هو عبارة عن توليفة من مجموعة من المواد والخدمات. فالكتاب الذي نقرأه في المكتبة- علي سبيل المثال- يحتوي على أفكار للمؤلف، وأوراق طبع عليها، وخدمات التجميع والتغليف، ثم تأتي عملية تسويق الكتاب ونقله إلى أماكن توزيعه. فكل هذه السلع والخدمات المتعلقة بإنتاج الكتاب يمكن أن تتم كلها بواسطة مشروع واحد يتكفل بتداول هذا المنتج بين المؤلف والقارئ وكل ذلك بفضل مشروعات متخصصة. وهكذا يظهر أن التوسع الرأسي هو درجة من التكامل بين السلع والخدمات في نفس المشروع. ويترتب علي ما سبق أثر إيجابي للتجارة الإلكترونية يتمثل في انخفاض تكاليف المبادلات ونقل المعلوماتية. وهكذا أصبحت تكنولوجيا المعلوماتية والاتصالات شرطاً جوهرياً في إتمام العمل في الاقتصاد الحديث.
- إتاحة الفرصة أمام المنشآت الصغيرة والمتوسطة العربية للنفوذ إلى أسواق جديدة لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الدولية الكبيرة لهذه الأسواق، حيث لم تعد المنشآت الصغيرة بحاجة إلى وسائط تقليدية للبيع، ولم تعد بحاجة إلى الانتقال إلى البلاد الأخرى وإقامة وكالات فيها، ولكن أصبحت بحاجة إلى وسطاء المعلومات الذين يلعبون دوراً مؤثراً في التجارة الإلكترونية، خاصة إذا علمنا أن أي منظمة مهما كان انتماءها وطبيعتها عملها تستطيع الدخول إلى الشبكة وعرض ما تشاء من سلع وخدمات وأفكار دون أية قيود، لأن المنافسة أصبحت عالمية النطاق. كما أن الاستثمار لفتح موقع تجاري على الإنترنت سيكون أقل إذا ما قورن بالاستثمار الضروري اللازم لفتح محل تجاري بالطريقة التقليدية.
- ستؤدي التجارة الإلكترونية بما تحمله من تكنولوجيا متطورة إلى تحسين طرق إدارة الشركات لسلاسل التوريد التي تربطها مع زبائنها ومورديها، وإلى مزيد من تقسيمات العمل وتغيير في أنماطه وأساليبه والتخلي عن بعض العناصر البشرية، بالإضافة إلى الاستغناء عن بعض الوكلاء والمتاجر سواء متاجر البيع بالجملة أو التجزئة، مما سيكون لهذا كله أثر غير محمود على زيادة معدلات البطالة حتى ولو كانت بطالة مؤقتة يمكن أن تزول على المدى الطويل.
- تسهيل عملية التسوق الشخصي بين الدول العربية، والذي يتيح لشركة ما في دولة عربية ما أن تسوق منتج لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص لدولة عربية أخرى وبطريقة أفضل من أي وسط إعلاني. وقد ظهرت في الآونة الأخيرة أدوات متعددة ومتطورة في مجال التجارة الإلكترونية، ومن شأن هذه الأدوات تسهيل المعاملات التجارية سواء أكان ذلك علي المستوى المحلي أم الدولي.
- ومن أهم الآثار التي يمكن أن تنجر عن تطبيق التجارة الإلكترونية في الدول العربية إتاحة الفرصة لتوطيد العلاقات الاقتصادية بينها خاصة وأنه تجمعها العديد من الخصائص (كالدين واللغة والثقافة والتجاور) التي تسهل وتسرع عمليات التبادل فيما بينها. فبفضل الإنترنت أصبحت الحدود والفواصل بين المنتج والمستهلك - في أغلب الأحيان - غير موجودة تقريباً ..

- تخفض التجارة الإلكترونية من الضريبة في مهن متعددة كالصرافة ومبيعات الكتب..
- تسمح التجارة الإلكترونية بنشوء المؤسسات والشركات الافتراضية Enterprise Virtual على المستوى العربي والتي تتشكل من تجمع عدة مؤسسات وشركات من دول مختلفة تتمكن من الاستجابة الجماعية لمتطلبات ومتغيرات السوق، كما تستطيع بتطوير منتجات جديدة في الحالات التي لا يمكن لها أن تحقق ذلك بكفاءة عالية عند عملها بصورة منفردة .
- بالإضافة إلى هذه التأثيرات المباشرة تحرص بعض المجتمعات على استخدام النشر الإلكتروني في تسليط الضوء على تجارها الإنسانية والاجتماعية المختلفة، رغم انهيار الكثير من الحدود والمسافات بفعل ثورة المعلومات وتطور تكنولوجيا الاتصالات وهي تؤكد بذلك على الجوانب الإنسانية من هويتها الحضارية، فالجانب الإنساني من حياة كل مجتمع كان وسيبقى عاملا مهما في تعزيز الشعور بالانتماء لهذا المجتمع، وحافزا للعمل والتضامن بين مختلف أبناء المجتمع على اختلاف شرائحهم الاجتماعية والاقتصادية. فلماذا لا تستثمر ساحات النشر الإلكترونية عبر الإنترنت بكل مزاياها في نشر تراثنا وثقافتنا العربية وإيصال تجارنا الإنسانية إلى شعوب العالم؟. فقد فرضت الإنترنت تحديا أساسيا لا يمكن إغفاله، فليس لنا خيار إلا أن نجد مكانا في هذه الشبكة العالمية، والتي أصبحت جزءا أساسيا من الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية والعلمية. أنه حان الوقت للاهتمام بنشر الدين الإسلامي كما فعل التجار المسلمون في بداية انتشاره وكذلك اللغة والثقافة العربية أكثر من ذي قبل.

#### التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول العربية.

- على الرغم من تعدد الفرص والمزايا الهمة تحقّقها التجارة الإلكترونية فإنه مازالت تواجهها بعض التحديات والعقبات التي تحول دون تحقيق تطبيقاتها، مما يجعلنا نحاول معرفة الأسباب التي يمكن أن تعيق استخدام التجارة الإلكترونية، حيث قد تتطلب الامكانيات والخبرات والمهارات التي لا توجد في معظم الدول التي تعاني من فجوة تكنولوجيا ومنها الدول العربية.
- لقد حددت الدراسات السابقة عددا من العقبات، حيث تم تقسيم المعوقات العامة التي تعترض عملية التجارة الإلكترونية إلى عاملين :
- العامل الأول: العوائق الفنية، وتشمل ما يلي<sup>xii</sup>:

- مشاكل الثقة والحماية والأمن .
- سرعة الاتصالات والأدوات البرمجية ليست كافية لمتطلبات تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- ارتفاع تكلفة مشاريع التجارة الإلكترونية والتي لا تستطيع الشركات الصغيرة القيام بها.
- عملية تنفيذ التطبيقات التي تتطلب كفاءة عالية.

العامل الثاني: المعوقات البيئية والتنظيمية، وتشمل ما يلي:

- الاهتمام بالأمن والحماية من أهم معوقات استخدام التجارة الإلكترونية حيث هناك الكثير من الخداع والاحتيال.
- لا توجد ثقة في العمليات التجارية التي تتم بين البائع والمشتري خلال فترة البيع .
- هناك العديد من المسائل المتعلقة بالقانون الذي يحكم التجارة الإلكترونية .



- ضعف طرق تقييم وقياس فوائد التجارة الإلكترونية.

أما المعوقات والتحديات التي تواجه الدول العربية بصفة خاصة تتمثل في مايلي<sup>xiii</sup>:

- ضعف البنى التحتية الإلكترونية، مثل نوعية وسرعة وسائل الاتصالات ونقل المعلومات والربط الإلكتروني ومدى توفر قطع تقنية المعلومات مثل الحاسبات والأقراص الصلبة والمرنة وأجهزة الهواتف الرقمية وغيرها، والتي تعد من الوسائل الأساس للدخول في الإنترنت وللقيام بأي تعامل تجاري إلكتروني.
- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لا سيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية. ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني.
- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية. وتتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة، بالإضافة إلى مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها.
- تفتقر الدول العربية إلى التشريع القانوني المناسب لضبط عمليات التجارة الإلكترونية فيما بينها وحتى على مستوى الدولة العربية الواحدة.
- عدم وجود أنظمة مصرفية عربية قادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الإنترنت وبطاقات الائتمان.
- مشكلة اللغة العربية وعدم وجود برامج عربية ذات محركات بحث قوية قادرة على التقليل نقطة الضعف هذه، خاصة مع استخدام اللغة الإنجليزية في تبادل المعلومات على مستوى شبكة الانترنت<sup>xiv</sup>.
- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية في البلدان العربية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية.
- محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محليا .
- قصور أسواق رأس المال لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.
- تنخفض لدى الدول النامية القدرة على مواكبة التغير السريع في الأساليب الإنتاجية ؛ ذلك نتيجة الاعتماد على استيراد التكنولوجيا بالدرجة الأولى ؛ مما يؤدي إلى ثبات التكنولوجيا المستخدمة لفترات زمنية طويلة ، وانخفاض درجة تنافسيتها عبر الزمن.
- تواجه الشركات التي تمارس الأعمال التجارية وعقد الصفقات المختلفة إلكترونيا عن طريق الإنترنت مشكلات عديدة مثل تعرض البيانات للتخريب والتدخل والتشويش على الموقع وتحويل واستبدال البيانات، بالإضافة إلى ذلك قد يتعرض مواقع الشركات لفيروس يعمل على تخريب الأجهزة بجانب تخريب البيانات والبرامج واختراق الخطر على بعض المعلومات ، أو إنزائها

من الموقع بطريقة غير مرخص بها ، وكذا اختراق طرف ثالث للاتصال بين طرفين ، إما للسطو على المعلومات أو تغييرها أو إتلافها ، أو لتخريب الجهاز من خلال بث فيروسات<sup>xv</sup>.

- عدم وجود استراتيجيات واضحة للتعامل مع تكنولوجيا المعلومات، وتوفير ما يلزم منها قواعد بيانات للتعامل مع التجارة الإلكترونية.
- العادات والتقاليد الاجتماعية التي يؤمن بها المستهلكون تعتبر عائقاً أمام تحقيق أقصى استفادة فوائده من الشبكات العالمية للتجارة الإلكترونية.
- عدم وجود مراكز بحثية وتطويرية متخصصة لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية<sup>xvi</sup>.

### الخاتمة:

إن التجارة الإلكترونية في الدول العربية تختلف إلى حد كبير عن بقية دول العالم المتقدمة، فلا تزال معظم المؤسسات بعيدة عن ممارسات التجارة الإلكترونية، حيث نجد أنه لا يزال متخلفاً في مجال التجارة الإلكترونية، فالخبرة في مجال التجارة الإلكترونية لا تزال تواجهها العديد من العقبات رغم الحاجة الماسة لهذا النوع من التجارة من أجل فتح أسواقنا أمام العالم.

تتمثل المعوقات التجارة الإلكترونية في الدول العربية في العوامل التقنية و التكنولوجيا، وعوامل الموارد البشرية، والعوامل الاجتماعية والتشريعية والقانونية، ولذلك ينبغي أن تكون هناك جهود مشتركة لتحسين المعلومات المتعلقة بتوفير النظام الأمني عبر الشبكة الانترنت، فهذا يساعد على زيادة الثقة وتقليل الخوف من الخداع والاحتيال، ويجب أن يضع النظام القضائي القوانين والتشريعات التي تساعد على نمو التجارة الإلكترونية، بما في ذلك حماية الأفراد من جرائم الكمبيوتر، وقوانين حماية حقوق الملكية الفكرية، و قوانين حماية المعلومات. وتوصي الدراسة بتوضيح فوائد التجارة الإلكترونية التي يمكن أن يحصل عليها الأفراد، والمؤسسات والمجتمع، وزيادة الوعي الإلكتروني وثقافة الإنترنت بين مختلف شرائح المجتمع، وتقليل الصعوبات وتسهيل الإجراءات التي تساعد مختلف فئات المجتمع في الحصول على أجهزة الكمبيوتر الشخصية، بالإضافة إلى إمكانية الاشتراك واستخدام الإنترنت من خلال توفير خدمات الكافية لدعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، ودعم برامج التعاون فيما بين الدول العربية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال.

- i نعيمة يحيى، مريم يوسف ، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ، العدد 6 ، ، جامعة باتنة ، الجزائر، 2017 ، ص 181.
- ii صابر ، محمد عبد العليم ، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009، ص169.
- iii بلدي دلال، معوقات التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري، مجلّة الواحات للبحوث و الدراسات المجلد 14 العدد1، 2021، ص 1123.
- iv العريايوي نورا، معوقات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية في مصر من المنظور الإقتصادي، مجلة البحوث القانونية المجلد11، العدد 75، جامعة المنصورة، مصر، 2021، ص 860.
- v نفس المرجع السابق، ص 863.
- vi خليل ناصر، التجارة والتسويق الالكتروني، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، الاردن، 2009، ص ص 40-41.
- vii العريايوي نورا، مرجع سبق ذكره، ص 867.
- viii خليل ناصر، مرجع سبق ذكره، ص 172.
- ix يحيى نعيمة، يوسف مريم، مرجع سبق ذكره، ص 185.
- x العريايوي نورا، مرجع سبق ذكره، ص 870.
- xi يحيى نعيمة، يوسف مريم، مرجع سبق ذكره، ص ص 186-187.
- xii Kulthoom Mansour Al-ghananeem, The effect of obstructions in the e-commerce in electronic commerce applications: evidence from the Jordan business sector, Global Journal of Economics and Business (GJEB) Volume.10, Issue.2, 2021,p465.
- xiii يحيى نعيمة، يوسف مريم، مرجع سبق ذكره، ص 188.
- xiv Kulthoom Mansour Al-ghananeem, op-cit,p 465.
- xv العريايوي نورا، مرجع سبق ذكره، ص 886.
- xvi Kulthoom Mansour Al-ghananeem, op-cit,p 465.