

الأعمال الإلكترونية والعالم العربي E-Business and The Arab World

د. محمد مراياتي
مستشار العلم والتكنولوجيا
اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا - الاسكوا -
بيروت، ص.ب. 11-8575
mrayati@escwa.org.lb

أولاً: خلفية نمو الأعمال الإلكترونية

يحكي الاقتصاديون حالياً عن تغيرات جذرية في الاقتصاد العالمي وبالتالي عن ما يسمونه **بالاقتصاد الجديد new economy** والذي تتغير فيه الكثير من الممارسات الاقتصادية المحلية والعالمية مثل التجارة والاستثمار وانتقال التكنولوجيا والمعرفة، ونشهد هذه التغيرات خاصة في الاقتصاد الأمريكي والكندي والأسترالي مؤخراً، مع **معدلات** نمو لم يشهدها من قبل، وكذلك مع **امتداد** لهذا النمو يدوم أكثر من أي امتداد سابق، ومع **تأثر كافة القطاعات الإنتاجية والخدمية** فيه بزيادة إنتاجيتها وتنافسيتها.

وتسعى أوروبا واليابان للحاق بهذه الظاهرة الاقتصادية والتي تلعب فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات **Information and Communication Technology (ICT)** دور القلب النابض. فحسب تقديرات "مجلس الاحتياطي الفدرالي للولايات المتحدة" **U.S. Federal Reserve Board** تقدم الـ **ICT** بشكل مباشر أكثر من 20% من أسباب النمو الاقتصادي الأمريكي السنوي. أما ما تقدمه بشكل غير مباشر بزيادتها الإنتاجية والقدرة التنافسية للقطاعات كافة فهي أكثر من ذلك. لقد زادت الإنتاجية سنوياً بنسبة 14% وسطياً في الولايات المتحدة بين عام 1973 وعام 1995. أما منذ عام 1995 فهي تزداد بمعدل 9ر2% سنوياً وهو معدل عالٍ جداً وسببه تكنولوجيا **ICT** والأعمال الإلكترونية **E-Business**.

ويصف المحللون التوجهات الاقتصادية الحالية بتوجهات ما يسمى "بالاقتصاد المبني على المعرفة" **Knowledge-Based Economy** وهذا يعني أن قيمة ووزن عامل المعرفة يزداد كثيراً عن السابق، وأن مركبة المعرفة أو المعلومات في السلع والخدمات تزداد، وأكثر من ذلك فهناك ازدياد كبير في السلع المعرفية البحتة والخدمات المعرفية البحتة. وهذه السلع والخدمات المعرفية يمكن وصفها بشكل رقمي **digital** وبالتالي تبادلها ونقلها على شبكة الإنترنت والذي يشكل أحد ممارسات الأعمال الإلكترونية **E-Business**. في الحقيقة إن دور المعلومات في المجتمع أخذ يزداد أكثر من السابق بشكل لم تشهده البشرية من قبل مما دعا البعض لتسمية هذا العصر **بعصر المعلومات Information Age** وتسمية ما يحصل **بثورة المعلومات Information Revolution**، ويدعوها بالموجة الثالثة بعد موجة الثورة الزراعية ثم موجة الثورة الصناعية.

ثانياً: الأعمال الإلكترونية (e-business) في الاقتصاد الجديد

يمكننا أن نبسط موقع التجارة الإلكترونية وتعريفها ضمن **الاقتصاد الجديد** حسب ما يلي: إن الاقتصاد الجديد يشتمل الكثير من التغيرات والنشاطات بدءاً من عولمة التجارة والمال والإنتاج، إلى ظهور الاندماجات بين الشركات العملاقة، وانتشار الشركات متعددة الجنسيات، وانتشار الاستثمار في أنحاء العالم. تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي أساسها الإلكترونيات الخلفية التي ساعدت على حصول هذه التغيرات وتساعد في تنفيذها. هذا الاقتصاد الجديد قوامه المعرفة أو المعلومات العلمية والتكنولوجية (**الاقتصاد المبني على المعرفة**) إضافة إلى أن هذه المعلومات خلقت سلعاً وخدمات جديدة فحوها

معرفي وليس مادي. وبما أن المعلومات بكل أشكالها أصبحت رقمية digital وقابلة للانتقال على الشبكات الحاسوبية وأهمها شبكة الإنترنت لذلك برزت مركبة أساسية في الاقتصاد الجديد هي اقتصاد الإنترنت Internet Economy حيث تجري الأعمال المالية والمصرفية والتجارية والخدمية وهكذا. ضمن اقتصاد الإنترنت هناك مستوى لتداول الأعمال Business إما بين الشركات بعضها البعض (B-B) أو ضمن مواقع الشركات نفسها المنتشرة عالمياً، أو بين الشركات والحكومات، أو بين الشركات والمستهلك (B-C). هذه التداولات المالية والتجارية ولدت ما يطلق عليه الأعمال الإلكترونية e-Business في قطاع الأعمال. وضمن هذه الأعمال الإلكترونية كما ذكرنا هناك عمليات التجارة الإلكترونية e-commerce وعمليات التسوق الإلكتروني e-Shopping في القطاع الاستهلاكي. وهذه التداولات جميعها تتضمن عمليات مالية/مصرفية أدت إلى انتشار ما يسمى بالأعمال المصرفية على الشبكة online banking وكذلك التعامل مع المصارف من خلال الحاسوب المنزلي و internet-banking أو اختصاراً e-banking أو الأعمال المصرفية الإلكترونية.

إن بعض الدول في العالم العربي ليست غائبة عن متابعة هذه التغيرات وقد بدأت بمحاولة موازنة اقتصادها ليجاري الاقتصاد الجديد، كما بدأت باعتماد الأعمال الإلكترونية e-business أو التجارة الإلكترونية e-com أو الأعمال المصرفية الإلكترونية e-banking. من هذه الدول دولة الإمارات العربية: انظر الجدول رقم 1- لمعلومات تفصيلية حول مدينة دبي للإنترنت كمثال لمبادرة وطنية في اتجاه الأعمال الإلكترونية. وهناك مبادرات أيضاً في مصر والأردن ولبنان، إلا أن هذه المبادرات تحتاج لتعميق ومتابعة وسرعة وتمويل أكبر مما هو مخصص لها حالياً إذا ما أريد لها مواكبة ما يجري عالمياً، وخاصة من حيث دعم البحث والتطوير الذي بدوره لا يمكن لها أن توظن أو تستوعب حق الاستيعاب هذا الاقتصاد الجديد. كما لا بد من أن نقوم بتنفيذ هذه المبادرات ضمن استراتيجيات وسياسات رسمية مكتوبة ومعلنة ومعتمدة. أما الدول العربية الأخرى فقد بدأت تسعى في هذا الاتجاه ولكن بوتيرة أقل من الدول المذكورة أعلاه.

جدول رقم 1-

مبادرات نشاط الإمارات باتجاه التجارة الإلكترونية	
اسم الشركة	الموقع على الإنترنت
مدينة دبي للإنترنت	http://www.dubaiinternetcity.com/
شركة الاتصالات الإماراتية	http://www.emirates.net.ae/
e-com متفرعة عن شركة الاتصالات	http://www.comtrsut.co.ae/
الخدمة الإلكترونية لبنك دبي الوطني	http://www.nbd.co.ae/

ثالثاً: متطلبات وجود الأعمال الإلكترونية في العالم العربي

لا يزال العالم العربي مبنياً في مجال الأعمال الإلكترونية، إلا أننا نشاهد تحركات جيدة في بعض الدول وضحة في بعضها الآخر. إن إمكانيات النجاح متوفرة، والكمون الموجود في العالم العربي واعد، والمسألة الجوهرية في نجاحنا في هذا الاتجاه هو وجود الرؤية الاستراتيجية الشاملة لتحقيق أهداف محددة في هذا المجال. يجب أن تضم هذه الرؤية الشاملة معالجة الموضوع من كل جوانبه، فمتطلبات وجود الأعمال الإلكترونية في العالم العربي هي في المجالات التالية:

- (أ) البنية التحتية اللازمة (اتصالات، حواسيب، معلومات، نظم، توزيع...)
- (ب) الأطر البشرية من حيث التكوين ومن حيث التدريب.
- (ج) البحث والتطوير والدراسات اللازمة لتوطين هذا الاقتصاد.
- (د) التشريعات الضرورية لإيجاد البيئة التنظيمية لتسهيل انتشار الأعمال الإلكترونية.
- (هـ) سياسة ضريبية/جمركية مناسبة.
- (و) دعم حكومي وفق مبادرة وطنية مبنية على رؤية واستراتيجية.

فما هو واقع العالم العربي في بعض هذه الجوانب؟

رابعاً: واقع البنية التحتية العربية اللازمة للأعمال الإلكترونية

لا يمكن للأعمال الإلكترونية الانتشار في مجتمع دون وجود بنية تحتية أساسية لازمة لهذه الأعمال. والبنية التحتية اللازمة تتألف من مركبات مثل:

(أ) **وجود الحواسيب الشخصية في المؤسسات والمنازل والتي عن طريقها يتم إجراء الأعمال الإلكترونية:**

إن انتشار الحواسيب الشخصية في العالم العربي يختلف من بلد إلى آخر والجدول رقم (2) يبين تقديراً لعدد الحواسيب لكل 1000 شخص في الدول العربية مقارناً مع المعدلات العالمية المختلفة وذلك لعام 1996. لا توجد إحصائيات أكثر حداثة لكافة الدول العربية إلا أن هذا الجدول يعطي فكرة تدل على أن المعدل العربي كان 57 حاسب/1000 شخص وهو أقل بقليل من معدل الدول النامية وأقل بسبع مرات عن المعدل العالمي العام وبـ 13 مرة عن معدل الدول الصناعية.

الجدول رقم 2- Access to information and communications

Country/Region	Internet users (per 1,000 inhabitants)	Telephones (per 1,000 inhabitants)	Personal computers (per 1,000 inhabitants)	Printing and writing paper consumed (metric tons per 1,000 inhabitants)			
	2000+	1996	1996	1990	1992	1994	1995
Arab countries		54*	5.7**	3.4	2.8	3.9	2.9
World		130*	43.6**	20.3	14.1	20.6	20.9
Least developed countries		3*	-	0.3	-	0.5	0.4
Developing countries		31*	6.5**	4.0	3.5	5.8	5.2
Industrial countries		478*	78.2**	95.2	61.9	74.0	156.3
Arab countries							
Bahrain	37.5	241	66.8	4.2	6.0	11.0	7.6
United Arab Emirates	400	308	66.7	-	-	39.3	38.4
Kuwait	100	232	74.1	16.2	5.7	27.4	6.7
Qatar	45	239	62.7	8.2	5.5	3.7	2.2
Libya	7.5	68	-	2.1	2.2	0.9	0.5
Lebanon	227.5	149	24.3	9.1	8.0	16.9	4.1
Saudi Arabia	300	106	37.2	3.9	5.4	5.9	4.6
Oman	50	86	10.9	4.9	3.8	6.4	1.0***
Syria	20	82	1.4	2.4	1.3	2.6	2.7
Algeria		44	3.4	3.8	2.4	2.9	2.8
Tunisia	110	64	6.7**	5.3	3.8	7.3	6.4
Jordan	87.5	60	7.2	4.4	8.9	6.9	7.4
Egypt	440	50	5.8	4.6	3.8	5.0	3.2
Morocco	52.5	46	1.7**	1.7	1.5	3.0	2.5
Iraq		33	-	3.9	1.7	0.4	2.7
Mauritania		4	5.3	-	-	0.4	0.1
Yemen	12	13	-	-	-	0.5	-
Sudan	10	4	0.7	0.3	0.1	0.2	0.1
Djibouti		31*	-	-	-	0.1	-

Source: UNDP 1994-1999

* Data refers to 1990-92 figures

** Data refers to 1995 figures

*** According to UNDP's 1997 HDR to which we do not concur

+ www.iawmag.com

يتوقع أن يكون الوضع عام 2000 أفضل من ذلك والجدول رقم 3- والجدول رقم 4- يدلان على صحة هذا القول. إذ أن المعدل السنوي لزيادة عدد الحواسيب في العالم العربي عالٍ جداً. كما تجدر الإشارة إلى التفاوت الكبير بين هذه المعدلات من دولة إلى أخرى. إن أسعار الحواسيب في انخفاض مستمر، كما تسعى بعض الدول العربية إلى تخفيض الضرائب على استيراد الحواسيب وملحقاتها ومستهلكاتها بهدف زيادة انتشارها في المؤسسات والبيوت. انظر الجدول رقم 2- لبيان مدى انتشار ورق الطباعة في العالم العربي والذي يعد مؤشراً مهماً لقياس انتشار المعلومات وتداولها في مجتمع ما، وعلى الحكومات العربية أيضاً العمل على تسهيل انتشار ورق الكتابة والطباعة لأن ذلك سيكون له أثراً إيجابياً غير مباشر على الاقتصاد ككل.

تقديرات الطلب على الحواسيب الشخصية في العالم العربي	
العام	مليون جهاز
2000	1.4
1999	1.
1998	600.

المصدر: جريدة الحياة تاريخ 26 حزيران 2000.

جدول رقم -4-

تقديرات للطلب على الحواسيب الشخصية لعام 2000	
الدولة	عدد الحواسيب/ألف جهاز
السعودية	340
مصر	287
الجزائر	155
الإمارات	103
المغرب	105
الكويت	75
لبنان	95
سلطنة عُمان	42
البحرين	31
قطر	29
الأردن	49
تونس	60
المجموع	1371

المصدر: Intel Corp.

يضاف إلى ذلك الطلب في سوريا والعراق واليمن وليبيا وفلسطين والسودان وجيبوتي وإريتريا والصومال وموريتانيا
انتشار شبكات الاتصالات بأنواعها: (ب)

إن وجود شبكات الاتصالات الهاتفية العادية واعتماد تكنولوجيا DSL فيها، والهاتفية الخليوية GSM، وشبكات الخدمات الرقمية المتكاملة ISDN، وشبكات الألياف البصرية Fiber Optic عريضة الحزمة الواصلة للمنازل، وكذلك شبكات الأقمار الصناعية (مثل الثريا وإنمار وغيرها)، تعتبر من المؤشرات المساعدة في تمكين الاقتصاد من التوجه نحو الاقتصاد الجديد أو الاقتصاد المبني على المعرفة وبالتالي يسهل الأعمال الإلكترونية e-Business. إن الجدول رقم -2- يعطي فكرة عن كثافة دخول الهاتف العادي في العالم العربي عام 1996 لكل ألف مواطن. ونجد أن المعدل الوسطي لهذه الكثافة في العالم العربي كان 54/ لكل ألف مواطن وهو أعلى من الوسطي العالمي وأقل بثماني مرات من وسطى الدول الصناعية. يتوقع أن يكون الوضع حالياً عام 2000 أفضل منه في عام 1996 نظراً لأن عدداً من الدول العربية قد تبنت ونفذت مشاريع طموحة في هذا المجال. من جهة أخرى قامت مصر بتنفيذ عدد من "المدن المعلوماتية" والتي تصل الألياف البصرية فيها إلى البيوت، لكن هذه المشاريع رائدة وفي نفس الوقت محدودة وليست ضمن منظور وطني واستراتيجية متكاملة. من جهة ثالثة سيعمل القمر العربي الثريا في أيلول 2000 وسيقدم نظام اتصالات محمول يدعم البنية التحتية للاتصالات العربية.

بهدف انتشار الأعمال الإلكترونية ودخولنا في اقتصاد المعرفة لا بد لأسعار الاتصالات من أن تكون رخيصة جداً، وهذا يستدعي أن لا تعتبر الحكومات الهاتف كوسيلة لغرض الضرائب غير المباشرة وكمورد للخزينة لأن هذه السياسة تنعكس عملياً بخسارات في الاقتصاد أكبر بكثير من الدخل الضريبي لخزينة الدولة.

والجدول رقم 5- يبين تفاوت الدول العربية في فهم هذه السياسة، ويعطي هذا الجدول تكلفة الساعة الهاتفية عند استعمالها للإنترنت في بعض الدول العربية.

أجور الاتصال الهاتفي	
الدولة	تكلفة الساعة الهاتفية ضمن المدينة في زمن الذروة/دولار
الإمارات	مجاناً
الكويت	مجاناً
مصر	0.58
سلطنة عُمان	مجاناً
البحرين	مجاناً
قطر	مجاناً
لبنان	1.78
الأردن	0.84
السعودية	*1.2
سورية	**0.72

* سعر خاص لمستخدمي إنترنت وهو أقل من أجره الساعة الهاتفية
 ** تبلغ أجره الدقيقة الواحدة لاستخدامات إنترنت 2 ليرة سورية أي في الساعة 120 ليرة سورية، بما يعادل 2.4 دولاراً.

المصدر: DIT net

ونلاحظ مؤخراً أن العديد من الدول العربية تحذو نحو تخفيض الأسعار (سوريا، لبنان، مصر..) وكذلك نحو خصخصة الاتصالات (عُمان،...) بهدف زيادة المنافسة وتخفيض الأسعار وبالتالي التوجه نحو مجتمع المعلومات والأعمال الإلكترونية.

(ج) واقع وجود الحواسيب على الإنترنت في العالم العربي Hosts:

إن نمو الأعمال الإلكترونية غير ممكن دون انتشار الحواسيب المضيفة Host على الإنترنت. والحاسب المضيف على الإنترنت هو حاسوب موصول على الشبكة وله اسم نطاق Domain name مرتبط مع عنوان رقمي على الإنترنت IP Address. يبين الجدول رقم -6- أعداد الحواسيب المضيفة الموضوعة في العالم العربي بتاريخ حزيران/يونيو 2000 حسب المسح الذي تجريه RIPE وهي الجهة المسؤولة عن تسجيل العناوين عن أوروبا وأفريقيا والعالم العربي. ونبين في الجدول مدى انتشار الحواسيب المضيفة في الدول العربية وهي تتفاوت كثيراً من دولة كالإمارات حيث تقترب من الوسطي العالمي إلى دول أخرى لم تدخل بعد بشكل واسع في وضع الحواسيب على الإنترنت. كما يبين الجدول نسبة عدد السكان لكل دولة إلى عدد الحواسيب المضيفة ومقارنة ذلك مع المعدلات الخاصة بمنظمة RIPE.

RIPE Hostcount, June 2000					
Country	People/Host	Population	% of All TLDs Population	Real Hosts	% of All TLDs Real Hosts
UAE	83	2,353,000	0.18	28,467	0.25
Bahrain	389	595,000	0.04	1,530	0.01
Oman	827	2,382,000	0.18	2,880	0.03
Lebanon	1,028	3,191,000	0.24	3,104	0.03
Saudi Arabia	4,740	20,181,000	1.52	4,258	0.04
Jordan*	6,636	6,304,000	0.46	950	0.01
Qatar	10,158	579,000	0.04	57	0.00
Djibouti	15,575	623,000	0.05	40	0.00
Morocco	16,413	27,377,000	2.06	1,668	0.01

Egypt	30,182	65,978,000	4.96	2,186	0.02
Algeria	107,050	30,081,000	2.26	281	0.00
Tunisia	388,958	9,335,000	0.70	24	0.00
Yemen*	675,480	16,887,000	1.22	25	0.00
Eritrea	894,250	3,577,000	0.27	4	0.00
Syria	2,190,429	15,333,000	1.15	7	0.00
Iraq *	-	21,800,000	1.58	0	0.00
Total:		226,576,000	17.02	45,481	0.40
Total of RIPE		1,330,835,480	100	11,365,271	100
<i>Source:</i> RIPE Network Coordination Centre					
Sorted out by "People/Host" indicator					
* Data for January 2000					

ويرتبط عدد الحواسيب المضيفة الموصولة على الإنترنت بعدد وإمكانيات مزودي الخدمة على الإنترنت (ISP) **Internet Service Providers** الموجودين في البلد العربي. يبين الجدول رقم 7- عدد مقدمي الخدمة ISP في كل دولة من الدول العربية عام 1999. ونلاحظ أن بعض الدول لا تزال تعتمد سياسة مقدم الخدمة الوحيد (Monopoly) إلا أننا نلاحظ في الوقت نفسه أن بعضها يتجه نحو فتح هذه الخدمة لمقدمين من القطاع الخاص بهدف تحقيق المنافسة والجودة وخاصة رخص الأسعار. وتجدر الملاحظة إلى أن أعداد الـ ISP تتغير باستمرار مع تغيرات السوق.

جدول رقم -7-

أعداد مقدمي الخدمة في كل بلد	
العدد	البلد
34	مصر
31	السعودية
16	لبنان
6	الأردن
6	المغرب
6	فلسطين
5	الكويت
3	البحرين
3	تونس
1	الإمارات
1	الجزائر
1	السودان
1	اليمن
1	سلطنة عُمان
1	سورية
1	قطر
1	ليبيا

إن سعر الاشتراك على الإنترنت بنوعيه (إما الشهري غير محدود عدد الساعات أو الساعي) يؤثر كثيراً على انتشار الأعمال الإلكترونية.

وتسعى الدول كافة لخفض هذه الأسعار لما لها من تأثير على الاقتصاد عامة. والأسعار في بعض الدول العربية لا تزال مرتفعة وبعضها مرتفع جداً. لكننا نشهد توجهاً نحو تخفيض هذه الأسعار بسرعة كبيرة. يبين الجدول رقم -8- لمحة عن سعر الاشتراك الشهري أو الساعي لبعض الدول العربية.

جدول رقم -8-

أسعار الاشتراك على الإنترنت بالدولار الأمريكي		
الدولة	نهاية 1998	نهاية 1999
مصر	\$25-21/شهر	18-25%/شهر
الإمارات	\$1,6/ساعة	\$0,8/ساعة*
لبنان	\$55-29/شهر	\$25-11/شهر
الولايات المتحدة		\$18/شهر
ألمانيا	مجاني لكل المدارس	
* هذا في ساعات النهار أما ليلاً فيصبح \$0,5/ساعة		

واقع وجود خدمات آمنة **Secure Servers** على الإنترنت:

(د)

بما أن الأعمال الإلكترونية e-Business تتطلب تبادل معلومات خاصة بالأعمال التجارية والتي تحتوي على أسرار تجارية أو صناعية، إضافة لتبادل التداولات المالية والمصرفية، كان لا بد من أن تكون الخدمات

أو الحواسيب المضيفة آمنة Secure وان تكون هناك بنية تحتية للاتصالات الآمنة أو ما يسمى Public Key Infrastructure (PKI). هذه البنية التحتية الآمنة PKI تقوم على وجود المخدمات الآمنة إضافة لوجود الطرف الثالث Third Party الذي يضمن الجهات المتعاملة مع بعضها البعض على الإنترنت. هذه الجهة الثالثة تزود الأطراف بالشهادات Certificates الضامنة إضافة إلى وسائل وبرمجيات الاتصال المَعْمَى (المشفّر) Encrypted. وتوجد جهات عالمية وأمريكية وأوروبية وشرق آسيوية تلعب دور هذه الجهة الثالثة كمزودة للشهادات (CA) Certification Authority. تقدم هذه الخدمة التحقق من شخصية المتصل على الإنترنت Authentication وتسهيل عملية التوقيع الإلكتروني Digital Signature. لا يوجد طرف ثالث على المستوى العربي لذلك يستعمل في e-business في العالم العربي الأطراف الثالثة الدولية مثل Verisign و Global Sign. ويتعاون اتحاد الاتصالات العالمي ITU مع مراكز التجارة العالمية WTC ومع شركة سويسرية Wisekey ضمن مشروع عالمي للتجارة الإلكترونية e-com project وبالتنسيق أيضاً مع "المنظمة العالمية للتداولات الإلكترونية الآمنة" International Secure Electronic Transaction Organization (ISETO). كما سينتج عن المشروع عمل بوابة عالمية للتجارة الإلكترونية الآمنة على الإنترنت (انظر www.wisekey.com و www.iseto.ch).

من جهة ثانية إن عدد المخدمات الآمنة Secure Servers في العالم العربي ضعيف للغاية وهو بالأحادي لكل دولة!!! وهذا لن يساعد في انتشار الأعمال الإلكترونية e-Business في العالم العربي. يبين الشكل رقم (1) عدد المخدمات الآمنة لكل مليون مواطن في بعض الدول بتاريخ نيسان/أبريل 2000 وهذا مؤشر يدل على الانتشار النسبي للأعمال الإلكترونية في دول العالم.

شكل رقم (1)

خامساً: واقع الموارد البشرية اللازمة لانتشار الأعمال الإلكترونية في العالم العربي

(أ) واقع أعداد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي (النفوذية):

يعتمد عدد المستخدمين للإنترنت على عوامل عديدة بالطبع وهو يؤثر كثيراً على انتشار وأداء الأعمال الإلكترونية. فمن العوامل التي تؤثر في عدد المستخدمين ما يلي: (1) توفر الحواسيب ورخص ثمنها وحسن صيانتها (2) تعليم الطلاب في المدارس ومحاربة الأمية المعلوماتية (3) توفر المخدمات على الإنترنت ISP (4) رخص أسعار الهاتف وأسعار الاشتراك على الإنترنت (5) توفر الهواتف والخطوط الجيدة ذات الحزمة العريضة. band width لتأمين سرعة انتقال المعلومات (6) تعريب المعلومات عامة ومنها ما يتعلق بالإنترنت (7) اعتماد تقييس عربي موحد لعدد من الأمور المعلوماتية التي تتعلق باللغة (8) وجود معلومات عربية مفيدة للمواطن العربي على الشبكة.

يزداد عدد مستخدمي الإنترنت في بعض دول العالم العربي بسرعة كبيرة، وتعدّ معدلات نموه من المعدلات العالية في العالم. إلا أن عدد المستخدمين المطلق لا يزال قليل بالمقارنة مع المعدلات العالمية. إن عدد المستخدمين Users هو أكبر من عدد المشتركين subscribers، لأن كل حاسوب أو حساب account على الإنترنت يمكن أن يستعمل من قبل عدة أشخاص سواء كان ذلك في المؤسسات أو في المنزل، والمعدل الوسطي للنسبة يبين عدد المستخدمين وعدد المشتركين يختلف من دولة إلى أخرى وهو وسطياً في العالم العربي 3،5. يبين الجدول رقم 9- تقديراً لعدد المشتركين ولعدد المستخدمين في الدول العربية كما يبين الجدول رقم 10- تطور عدد المشتركين خلال السنوات الأخيرة.

BREAKDOWN OF INTERNET USERS NUMBERS IN THE ARAB WORLD				
Country	Number of Subscribers	Number of Users per Account	Total Number of Users	Internet User Population per 1000 people
UAE	160,000	2.5	400,000	150
Saudi Arabia	100,000	3	300,000	14
Bahrain	15,000	2.5	37,500	60
Libya	1,500	5	7,500	1.6
Sudan	2,000	5	10,000	0.28
Qatar	18,000	2.5	45,000	61
Oman	20,000	2.5	50,000	20
Kuwait	40,000	2.5	100,000	50
Egypt	55,000	8	440,000	6.5
Yemen	3,000	4	12,000	0.7
Lebanon	65,000	3.5	227,500	57
Syria	4,000	5	20,000	1
Jordan	25,000	3.5	87,500	19
Morocco	15,000	3.5	52,500	1.7
Tunisia	22,000	5	110,000	12
<u>Total</u>	545,500	3.5 (total average)	1,899,500	

المصدر: مجلة إنترنت العالم العربي شباط/فبراير 2000.

Internet Subscriber in Arab Countries							
Country	Number of Subscribers					Number of Users	Growth Rate Dec. 1998-April 1999
	July '97	Nov. 97	Oct. 98	Dec. 98	Apr. 99		
UAE	15,250	27,000	52,000	61,200	81,700	204,300	33.5%
Oman	3,860	6,490	11,000	12,700	16,000	40,000	26.0%
Qatar	2,800	5,185	7,000	8,500	11,000	27,500	29.4%
Bahrain and KSA	13,000	16,000					
Bahrain**	7,000	8,000	11,000	11,700	13,000	32,500	11.1%
KSA**	6,000	8,000	15,400	18,700	45,000	112,500	140.6%
Lebanon (& Syria)*	12,000	15,000	27,500	30,700	52,900	132,200	72.3%
Kuwait	10,000	14,000	20,000	22,000	25,100	62,800	14.1%
Egypt	12,000	14,500	32,000	36,400	51,800	207,200	42.3%
Yemen	920	840	2,000	2,200	2,500	6,300	13.6%
Jordan	4,000	6,000	14,000	16,600	20,100	50,300	21.1%
Tunisia	1,200	1,400	4,000	4,700	6,000	15,000	27.7%
Morocco	3,000	4,500	9,500	11,200	14,100	32,500	25.9%
Total	78,030	110,915	205,400	236,600	339,200	923,100	

Statistics were rounded to the nearest 100. Margin of error: ± 5

* Syrian subscribers form a small portion of the combined statistics. They mostly have only e-mail connection.

** Saudi statistics are conservative and could rank much higher. Bahrain statistics include Saudi subscribers - excluded from Saudi statistics.

المصدر: مجلة إنترنت العالم العربي أكتوبر/تشرين الأول 1998 ومايو/أيار 1999

(ب) واقع وجود اللغة العربية على الإنترنت:

إن وجود اللغة العربية على الإنترنت أمر في غاية الأهمية. ونقصد بهذا الوجود أموراً مثل استعمال اللغة العربية في البريد الإلكتروني E-Mail، ووضع مواقع وصفحات المؤسسات على الشبكة العنكبوتية www باللغة العربية حروفاً وليس صوراً، وتسمية المواقع والصفحات باللغة العربية أيضاً، وانتقال الملفات العربية عبر الشبكة دون أن يحصل لها أي تغيير، ووضع قواعد المعطيات العربية على الشبكة مع إمكانية الولوج إليها من أي موقع على الإنترنت في العالم باللغة العربية، وإجراء التجارة الإلكترونية E-commerce باللغة العربية، ووضع مختلف تطبيقات الحقيقة الافتراضية Virtual Reality باللغة العربية مثل المتاحف الافتراضية والمخابر والجامعات الافتراضية والشركات الافتراضية وغير ذلك.

تعد الإنترنت إحدى القنوات وإحدى الفرص الهامة للأعمال التجارية العربية المحلية والبيئية والعالمية وهي أيضاً فرصة لنشر الثقافة العربية وتطور اللغة العربية وانتشارها، حيث يتصل بها الآن ما يزيد عن 130 مليون شخص في العالم. وتتسابق اللغات والثقافات لنشر ما يتعلق بها من مآثر ومفاخر على الإنترنت. يعد العرب مقصرون في هذا المجال حالياً إلا أن المؤشرات تدل على تسارع اهتمامهم بذلك تسارعاً كبيراً.

إن تقييس استعمال اللغة العربية في المعلوماتية ضروري لانتشار اللغة العربية على الإنترنت، وقد جرى العمل على إصدار معايير أو مواصفات عربية ثم أصبحت عالمية، مثل شفرة حروف العربية ذات سبعة خانات ASMO 449 والتي أصبحت مواصفة عالمية برقم ISO 9036 ، ثم المواصفة العربية ASMO 708، التي أصبحت المواصفة العالمية ISO 8859-6. ولا بد من تكثيف الجهود العربية لدعم إدخال متطلباتها في المواصفات الدولية بشكل صحيح، وذلك من خلال دعم اللجنة الفنية رقم 8 في مركز المواصفات في المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين AIDMO أي اللجنة TC-8 التي قامت وتقوم بهذه المهمة. ومن المهام المطروحة الآن على جدول أعمال هذه اللجنة: تقييس استعمال اللغة العربية في البريد الإلكتروني وفي عناوين المواقع على شبكة الإنترنت WWW وغيرها مثل برمجيات التصفح واللغات المستعملة على الإنترنت في مختلف التطبيقات كتطبيق التبادل الإلكتروني للمعطيات EDI ومعياره EDI FACT المستعمل في التجارة الإلكترونية.

إن الإنترنت وسيلة فعالة ورخيصة وسهلة للمساعدة في وضع ونشر واستخدام أو شيوع المصطلح العلمي العربي، فيمكن وضع المعاجم الإلكترونية العربية على الإنترنت تسهياً لشيوعها وخاصة أن هذه المعاجم سهلة التصفح فهي بلغة التفرع HTML المناسبة لتصفح المجلدات، كما يمكن وضع بنوك المصطلحات والمكانز في نظم خبيرة Expert Systems على الإنترنت للمساعدة في وضع المصطلح.

كما نقترح أيضاً أن يتم تشبيك Networking لمجامع اللغة العربية على الإنترنت مع مؤسسات التعريب والجمعيات العلمية العربية ويمكن أن نبدأ بعملية بسيطة للغاية وبدون تكلفة وهي أن يوضع في موقع كل منها على الإنترنت وصلات Links لمواقع الجهات الأخرى، وهذا كله سيساعد هذه الجهات في التواصل فيما بينها، كما يمكن لها وضع منشوراتها ومعاجمها ومجلاتها في مواقعها مما يسهل تداولها من قبل الفرد العربي أينما كان وكذلك من قبل المؤسسات والجامعات العربية. ومن الجهات التي يمكن وضع وصلات Links فيما بينها على الإنترنت المؤسسات التالية المختصة في وضع وتقييس المصطلح العلمي:

مكتب تنسيق التعريب
معاهد التعريب في الوطن العربي
هيئات ومراكز ومعاهد المواصفات العربية
اللجان TC-8 و TC-5 في AIDMO العربية
اللجان الخاصة بالمصطلح في المنظمة العالمية للمواصفات ISO
الشبكة الدولية للمصطلحات في فيينا Term net
مركز المعلومات الدولي لعلم المصطلح
الشبكة الدولية للإعلام المصطلحي في استراليا Info term
الاتحادات العربية العلمية المختصة.

إن اللغة العربية من اللغات الست المعتمدة في الأمم المتحدة كما أن عدد المتكلمين بها في العالم العربي والإسلامي يجعلها بين اللغات الست في العالم ولا بد أن تكون كذلك على الإنترنت.

تُحدد إمكانية انتشار الأعمال الإلكترونية على الشبكة العالمية كمية المعلومات الموجودة باللغة العربية على الإنترنت. توجد هذه المعلومات على شكل محتوى المكتبات الإلكترونية، أو قواعد المعطيات المختلفة Databases، أو المواقع العربية Sites ومنها مواقع التجارة الإلكترونية ومواقع الإعلان ومواقع المصارف وغيرها. إن ما هو مفهرس من هذه المعلومات وما هو موضوع في متناول محركات البحث Search Engines على الإنترنت هو الأهم فيما يتعلق بالأعمال الإلكترونية العربية. إن المعلومات باتت سلعة (نصوص، صور، أفلام، موسيقى،...) تهتم بها كافة الدول، لذلك فهي تسعى للحفاظ على حقوق الملكية الفكرية Intellectual Property Rights. يبين الجدول رقم -11- بعض المؤشرات حول الوجود

العربي على الإنترنت ونرى أنه ضئيل للغاية ولا يتناسب مع حجم الأمة العربية في العالم من حيث عدد السكان أو من جهة الوجود الحضاري.

جدول رقم -11-

مؤشرات الوجود العربي على الإنترنت		
المؤشر	عام 1998	عام 1999
عدد المستخدمين في العالم	151 مليون	226 مليون
عدد المستخدمين في العالم العربي	700 ألف	1ر9 مليون
عدد الصفحات على الشبكة		1ر5 مليار صفحة
المفهرس من الصفحات		200 مليون صفحة
عدد المواقع العربية	9-7 ألف	18 ألف موقع
عدد المواقع التي تحتوي نصوص عربية	1ر2 - 1ر7	5-4 ألف موقع
عدد المواقع على Web		<10 مليون موقع
المصدر: DIT net		

سادساً: واقع الأعمال الإلكترونية e-Business العربية

تشمل الأعمال الإلكترونية كما هو معلوم عدة أنواع من التداولات التجارية وتقوم بين عدة أطراف تشمل الشركات والحكومات والمستهلك. ويزداد حجم التجارة الإلكترونية e-commerce بشكل هائل في الآونة الأخيرة.

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها إجراء العرض والطلب على الشبكة وكذلك التفاوض حول العمليات المراد إجراؤها، وأخيراً تحويل المبالغ، وكلها باستعمال الشبكات الحاسوبية ومنها الإنترنت. وعندما تكون السلعة معرفية كالمعلومات المتجسدة في نصوص أو مخططات وصور أو صوت أو أفلام، فيمكن حتى إرسالها واستلامها عبر الإنترنت، ويكون التبادل التجاري في هذه الحالة باستعمال البت bit وهي وحدة المعلومات، أما عندما تكون السلع أو الخدمات غير ذلك فيمكن شحنها بالبريد السريع الذي تتعاضد فعاليته. في الاقتصاد المادي تكون السلع مبنية على المادة ووحدتها الذرة المادية وتقاس بالغرام ومضاعفاته: الكيلو غرام والميغا غرام (1000 كيلو) أو بالطن، أما في اقتصاد المعرفة فتقاس المعرفة بالبت bit وهي وحدة قياس كمية المعلومات ومضاعفاتها البايث = 8 بت والكيلو بت أو الكيلو بايث والميغا بت أو ميغا بايث، وتكون السلع مبنية على البت، ونتكلم عندها على الميزان التجاري للإنترنت بين الدول.

إن اقتصاد الإنترنت لا يقوم فقط على التجارة الإلكترونية ولكن يمكن تقسيمه إلى أربعة أنواع من النشاطات أو المستويات (حسب دراسة لجامعة تكساس في أوستن بتاريخ أكتوبر/تشرين الأول 1999) وهي:

- (1) البنية التحتية: وتشمل صناعة الحاسبات والمخدمات وكابلات الألياف البصرية وأمثالها. ويقدر حجم عائداتها للشركات الموجودة في الولايات المتحدة (سواءً كانت أمريكية أو غير أمريكية) بحوالي 26 بليون دولار في نهاية الربع الأول لعام 1998 (Q1998) وارتفع إلى حوالي 40 بليون في نهاية الربع الأول لعام 1999 (Q1999) بمعدل نمو يساوي 50%.
- (2) التطبيقات: وتشمل تطبيقات محركات البحث على الإنترنت، والتدريب والتعليم على الإنترنت، والاستشارات وقواعد المعلومات على الإنترنت، وقدرت زيادة حجم عائدات هذا المستوى من 13 بليون دولار إلى 22 بليون دولار بمعدل نمو 61% وذلك من Q1998 إلى Q1999.
- (3) النشاطات الوسيطة: وتشمل شركات الدعاية على الإنترنت، وشركات الوساطة كالمكاتب العقارية، والمضاربيين، ووكالات السياحة وغيرها، وقد زادت عائدات هذه النشاطات للمدة نفسها من 10 بليون إلى 16 بليون بمعدل نمو 52%.

(4) المستوى الرابع ويشتمل على التجارة الإلكترونية مثل: شركات بيع الكتب، وشركات البيع بالمفرق، والمصنعين الذين يبيعون سلعهم على الإنترنت، وشركات التسلية والخدمات، وقد زادت عائدات هذه النشاطات من 16 بليون دولار إلى 37 بليون دولار للفترة ذاتها (أي من نهاية الربع الأول لعام 1998 إلى نهاية الربع الأول لعام 1999) وذلك بمعدل نمو وقده 127% وهو معدل نمو مذهل لم يشهد مثيله من قبل.

إن زيادة مجمل عائدات اقتصاد الإنترنت للنشاطات الأربعة المذكورة أعلاه كانت من 301 بليون دولار إلى 507 بليون دولار لفترة العام المذكور أي بمعدل نمو وسطي قدره 68%.

من جهة أخرى تدل الدراسة على أن اقتصاد الإنترنت قد وفر حتى نهاية Q99 حوالي 2,3 مليون فرصة عمل (2003ر2ر000 فرصة) وكان عدد الفرص في نهاية Q98 1ر6 مليون فرصة عمل أي أن معدل نمو فرص العمل في هذا الاقتصاد هو 46% في العام. والخلاصة، ففي العام الماضي تجاوز اقتصاد الإنترنت (بوصول عائداته إلى 507 بليون دولار) عدداً من الصناعات التي عمرها يقارب القرن كصناعة خطوط الطيران (355 بليون دولار) والاتصالات التقليدية (300 بليون دولار) وينافس الآن صناعة النشر (750 بليون دولار).

الدول العربية الآن مدعوة للتفكير جدياً (كما فعلت دولة الإمارات) بدخول اقتصاد المعرفة وأخذ حصتها في اقتصاد الإنترنت وان لا تكون فقط سلبية تستخدم الإنترنت كمستهلك فقط. إن الدول العربية مدعوة للمشاركة في اقتصاد الإنترنت خاصة وان لها ميزات تفاضلية (Comparative Advantage) وعليها أن تشارك في المستويات الأربعة لنشاطات الإنترنت.

لقد بدأت بعض الدول العربية مثل الإمارات ومصر على المستوى الحكومي اتخاذ إجراءات نأمل أن تتابع كما نرى بعض المبادرات الفردية كشركة صخر، وشركة أنظمة المعلومات العربية ACC، وشركة الهدية للبرمجيات العربية، ومجموعة المجرة الأردنية، وشركة أنظمة البيانات الحديثة السعودية، وشركة نسيج وغيرها.

والتجارة الإلكترونية العربية ستساعد السوق العربية وخاصة إذا جرى الاعتناء باللغة العربية على الإنترنت وبجهود توحيد مواصفات استعمالها.

إن أمام السوق العربية فرصة لفتح الطرق السريعة للمعلومات فيما بينها وهي طرق سهلة الفتح وقليلة التكلفة. وإذا لم ينجح العرب بعد في فتح طرق سريعة للنقل فيما بينهم فإنهم يمكن أن ينجحوا في فتح طرق معلومات سريعة للتجارة الإلكترونية فيما بينهم وللمشاركة في المستويات الأربعة لاقتصاد الإنترنت.

لا يزال حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي ضعيفاً جداً ويقدر حجم هذه التجارة كما هو مبين في الجدول رقم -12- بحوالي المليون دولار لعام 1999 إلا أن توقعات النمو (كما يؤشر عليه معدل النمو السابق) عالية للغاية خلال السنوات القادمة.

جدول رقم -12-

حجم التجارة الإلكترونية العربية		
1999	1998	
100 مليون دولار	11 مليون	مشتریات مستخدمي الإنترنت العرب
1 مليون دولار	120 ألف دولار	الإعلانات في مواقع Web العربية

المصدر: DIT net

ولكي نأخذ فكرة عن وضع الأعمال الإلكترونية العربية لا بد من تبسيط الصورة وتمييز بعض النشاطات عن بعضها الآخر حتى يتبين الوضع الحقيقي لهذه الأعمال. سنميز بين مواقع التجارة الإلكترونية والتي تشرح الشركة فيها أعمالها ومنتجاتها ومواصفات هذه المنتجات، إلا أنها لا تستعمل الإنترنت لإجراء عمليات البيع. أصبحت مواقع هذه الشركات العربية كثيرة في عالم الإنترنت إذ أصبح هناك مئات الشركات بل آلاف الشركات العربية التي لها مواقع. والجدول رقم -13- يعطي أمثلة عن بعضها. وتختلف هذه المواقع عن بعضها البعض في درجة دخولها في الأعمال الإلكترونية وعمق هذا الدخول.

ويمكن الدخول إلى مئات منها عن طريق البوابات Portals العربية التي تتداول مع الأعمال الإلكترونية والتي سنأتي على ذكرها لاحقاً ولكن مع الأسف لا يزال الكثير منها في غير اللغة العربية.

جدول رقم -13-

عناوين مواقع التجارة الإلكترونية العربية				
اسم الموقع	البلد	عنوان الموقع	اللغة	البيع على الإنترنت
حلويات عبد الرحمن الحلاب	لبنان	http://www.hallab-ar.com.lb/	E	√
حلويات أمل البحصلي	لبنان	http://www.abohsali.com.lb/	E	√
حلويات زلاطيمو	الأردن	http://www.zalatomosweets.com/	E	√
حلويات رفعت الحلاب	لبنان	http://www.rhallab.com/	E	√
ميد إيست	مصر	http://www.mid-east.net/	E	
شبكة النيل	مصر	http://www.netnile.com/	E/A	√
شبكة الجراح	قطر	http://www.aljareh.net/	A	√
مايكروباك	الإمارات	http://www.sscamp.co.ae/	E	√
بلانيت ترييد (السوق)	ألمانيا	http://www.assouq.com/	A/E/ German	
سوبر ماركت ميسلون	قطر	http://www.maysaloon.com/		
سوبر ماركت ABC	مصر	http://www.abcsupermarkets.com/		
السوق الحرّة	البحرين	http://www.bduyfree.com/	E	√
شبكة الأعمال العربية		http://www.arab-business.net/	E	
صلصال	الأردن	http://www.silsal.com/	E	√
مركز الجفالي		http://www.juffalimall.com.sa/	E	√

كما نميز المتاجر الإلكترونية الافتراضية العربية والتي تقوم بعمليات التجارة الإلكترونية إلى حد بعيد نسبياً. أي تقوم بإتمام عملية البيع (بدرجات متفاوتة من حالة إلى أخرى) على الإنترنت، والجدول رقم -14- يعطي أمثلة لبعضها في العالم العربي. بعض هذه المتاجر متخصص في سلعة معينة وبعضها يسوق أكثر من سلعة. ومن الأمثلة على المتاجر الإلكترونية المتخصصة نعطي متاجر الكتب العربية على الإنترنت في الجدول رقم -15- والذي أفضلها تعريباً وتكاملاً هو موقع مكتبة النيل والفرات. ونميز أيضاً المتاجر الإلكترونية العربية خارج الوطن العربي والتي تعمل باللغات الإنكليزية أو الألمانية أو غيرها وأحياناً باللغة العربية أيضاً، ويبين الجدول رقم -16- أمثلة عنها.

جدول رقم -14-

أمثلة لبعض المتاجر الإلكترونية التي تمارس التجارة الإلكترونية		
اسم الموقع	عنوان الموقع	الدولة
أسواق كويت مول الإلكترونية	http://www.q8mall.com/	الكويت
مكتبة النيل والفرات	www.neelwafurat.com	لبنان
Seven Seas	www.micropack2000.com	الإمارات
Lebanon Shop	www.lebanonshop.com	لبنان
Internet Bouquet	www.internetbouquet.com.lb	لبنان

لبنان	www.eshop.com.lb	e-Shop
البحرين	www.booksplus.com.bh	مكتبة جاشنمال
مصر	www.beshay.com	البازار المصري
الإمارات	www.14m.com	14m
مصر	https://shop.sakhr.com	مركز تسوق صخر
	www.electrostores.com	Electrostores
مصر	http://www.egyptflowers.com/	شبكة الزهور المصرية
	www.diwan.com	ديوان
	http://www.tasmeem.com/	غرافكس كلوب
الإمارات	www.music-master.com	ميوزيك ماستر
	www.sook.com	سوق العرب الإلكتروني

جدول رقم -15-

أمثلة لبعض متاجر الكتب العربية على الإنترنت		
اللغة	عنوان الموقع	اسم المكتبة
إنكليزي/عربي	http://www.fikr.com/	دار الفكر
إنكليزي	http://www.darsader.com/	دار صادر
إنكليزي	http://www.alkitab.com/	دار الكتاب العربي
إنكليزي	http://www.dar-us-salam.com/	دار السلام
عربي	http://www.neelwafurat.com/	مكتبة النيل والفرات

جدول رقم -16-

المتاجر الإلكترونية العربية في الخارج						
الرقم	الدولة	الشركة	عنوان الموقع	بطاقة ائتمان / أمر شراء	أمن البيانات	المبيعات
1	أمريكا	الأقراص المدمجة العربية	http://www.arabiccd.com/		-	موسيقى إنكليزي
2	أمريكا	المكتبة العربية	http://www.arabiclibrary.com/	بطاقة ائتمان	أمنة	برمجيات إنكليزي
3	أمريكا	الموسيقى العربية	http://www.aramusic.com/	بطاقة ائتمان	أمنة	موسيقى إنكليزي
4	أمريكا	الحيات	www.classnet.com/shop	أمر شراء	-	رسوم فنية إنكليزي
5	أمريكا	إومينا سوفت	www.illuminasoft.com	بطاقة ائتمان	غير آمنة	كتب وبرمجيات إنكليزي
6	إسبانيا	علاء الدين	http://www.alladin.net/	بطاقة ائتمان	أمنة	استضافة مواقع عربي
7	أمريكا	المحدث	www.muhammad.com	بطاقة ائتمان	أمنة	برمجيات ثنائي
8	أمريكا	شركة ISL	www.netspective.com	بطاقة ائتمان	غير آمنة	برامج دينية إنكليزي
9	إنجلترا	مركز الكمبيوتر الإسلامي	www.sa.co.uk/icc	بطاقة ائتمان	غير آمنة	برمجيات إنكليزي
10	إنجلترا	سندباد ملتي ميديا	http://www.sindibad.co.uk/	بطاقة ائتمان	غير آمنة	برمجيات إنكليزي

المصدر: DIT net

ونميز أخيراً أهم المداخل إلى الأعمال الإلكترونية العربية وهي البوابات **Portals** التي تحوي على مداخل للأعمال والتجارة والمصارف والدعاية كما تحتوي على روابط لمواقع المتاجر الإلكترونية العربية **Links**. هذه البوابات يمكن أن تكون على المستوى العربي وموجه لكل الدول العربية وتساعد بالتالي في التجارة البينية العربية، أو تكون محلية مختصة بدولة بعينها. وبعض البوابات تعمل باللغة العربية والإنكليزية أو الفرنسية وبعضها الآخر باللغة الإنكليزية فقط!! والجداول رقم 17- يعطي الأمثلة عن أهم هذه البوابات.

جدول رقم 17-

البوابات العربية Portals التي تحتوي أقنية أعمال إلكترونية				
البوابات التي تمارس e-com	اللغة	الوجود الجغرافي	الموقع	البوابة
√	A	عربية	www.naseej.com	شبكة نسيج
√	A/E	عربية	www.islam-online.net	الإسلام على الخط
	E	عربية	www.arabsites.com	شبكة المواقع العربية
	E	عربية	www.arab.net	شبكة العرب
√	A/E	عربية	www.konouz.com	كنوز
√	A/E	عربية	www.ayna.com	أين
√	A/E	عربية	www.arabia.com	العرب على الخط
√	A/E	عربية	www.sakhr.com	مواقع صخر
	A/E	عربية	www.dit.net	شبكة الكمبيوتر DIT
√	E	إماراتية	www.etisalat.co.ae	شركة الاتصالات الإمارات
√	A/E/F	لبنان	www.lebanonlinks.com	شبكة الروابط اللبنانية
	E	لبنان	www.lebanon.com	لبنان
	A/E	فلسطين	www.palestine-net.com	شبكة فلسطين الإلكترونية
	A/E	البحرين	www.albahrain.com	شبكة البحرين
	A	السعودية	www.saudilinks.com	شبكة المواقع السعودية

ثامناً: واقع التسهيلات المالية والمصرفية

لا وجود للأعمال الإلكترونية إذا لم يكن هناك تسهيلات وطرق لدفع ثمن البضائع والخدمات موضوع هذه الأعمال. عالمياً هناك تطورات هامة جداً في مجال استعمال الحاسوب والإنترنت في الأعمال المصرفية، سواء كان ذلك من المنزل أو المكتب أو المؤسسة أو حتى من الشارع باستعمال الهاتف الجوال أو الخليوي. لذلك فقد ولدت تسهيلات بدأ يطلق عليها أسماء **PC-banking** و **internet-banking** وغيرها. هناك عدة طرق لتحويل الأموال عبر الإنترنت منها استعمال بطاقة الائتمان **Credit Card transaction over the internet** وتقوم شركة **Cyber Cash Inc** مثلاً بتسويق البرمجيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق ذلك بشكل آمن، ومنها أيضاً استعمال بروتوكولات الدفع الآمن مثل **Secure Electronic Transaction (SET)** ومثل بروتوكول الدفع **Net Bill**، ومنها أيضاً طريقة استعمال البطاقات الذكية **Smartcards**، أو المحفظة الإلكترونية **Electronic Wallet**، وأخيراً هناك مصارف جديدة افتراضية **Virtual Bank** لا توجد إلا على الإنترنت. بدأت بعض المصارف العربية بمحاولة اللحاق بهذه التطورات الجديدة لتسهيل الأعمال الإلكترونية **e-business** والجدول رقم 18- يبين أمثلة عن هذه المحاولات، إلا أن معظم المصارف العربية لا تزال بعيدة عن إدخال هذه التكنولوجيات واكتفت فقط بوضع موقع لها على الإنترنت فقط دون إمكانيات التعامل والتفاعل في مجال الأعمال الإلكترونية عبر هذا الموقع،

وكان الموقع للدعاية. نأمل أن تسارع المصارف العربية في تطوير أعمالها باتجاه تسهيل الأعمال الإلكترونية لما لهذا من تأثير كبير على الاقتصاد العربي.

جدول رقم -18-

أمثلة عن المصارف العربية التي تتعامل مع التجارة الإلكترونية	
موقع المصرف على الإنترنت	المصرف
http://www.ebil.co.ae/	مجموعة بنك الإمارات § الإمارات الدولي
▪ www.ebil/ebi/index.html	§ الشرق الأوسط
▪ www.ebil/meb/index.html	§ خدمة الاتصال اللاسلكي
▪ http://www.bankgsm.com/	
http://www.nbd.co.ae/	بنك دبي الوطني
http://www.unb.co.ae/	بنك الاتحاد الوطني - الإمارات
http://www.nbk.com/	بنك الكويت الوطني
www.audi.com.lb	بنك عودة - لبنان
www.creditlibanais.com.lb	بنك الاعتماد اللبناني
www.netcommerce.com.lb	
www.pibank.com	بنك فلسطين الدولي
www.mashreqbank.com	بنك المشرق - الإمارات
www.qatarbank.com	بنك قطر الوطني

تاسعاً: واقع تسهيلات النقل والتوزيع

هناك وسيلتان لنقل وتوزيع السلع والخدمات في الأعمال الإلكترونية e-Business، وهي تتعلق بنوع وماهية هذه السلع والخدمات. فإذا كانت قابلة للترميز بشكل رقمي digital فيمكن نقلها على الإنترنت نفسها، وإلا فتنتقل بالطرق الحديثة (النقل السريع) أو التقليدية.

السلع والخدمات القابلة للترميز رقمياً كثيرة في عصر المعلومات الحالي، حيث تشتمل على كل ما هو نصوص (كتب، مجلات، ترجمات،...) أو صور (وثائق، دراسات هندسية، استشارات،...) أو صوت (أغاني، موسيقى، خطابات، قصص صوتية...) أو أفلام (فيديو، ألعاب، تسلية،...). وأمثلة عن هذه السلع والخدمات تكون في قطاعات النشر والطباعة والإعلان والثقافة والسينما والتلفزيون والراديو والألعاب والتسلية والدراسات الاستشارية والتصاميم الهندسية والتصميم بمساعدة الحاسب والترجمات بين اللغات، والسياحة وغيرها. إن هذه السلع

والخدمات يمكن تقديمها ونقلها عبر شبكة الإنترنت نفسها ومن البائع إلى الشاري مباشرة وفي لحظات.

أما السلع والخدمات المادية والتي لا يمكن ترميزها رقمياً Digital فترسل إما بالبريد السريع أو النقل العادي. وقد تطور مع الأعمال الإلكترونية e-business النقل السريع، حيث أصبح الشراء يتم خلال لحظات على الإنترنت، وليس من المعقول في كثير من الحالات الانتظار أسابيع أو أشهر لكي تستلم السلعة. ولا توجد بعد شركات عربية في هذا المجال النامي، وتستعمل الأعمال الإلكترونية العربية الشركات الأجنبية في مجال البريد السريع يبين الجدول رقم 19- أمثلة عن الشركات الأكثر استعمالاً من قبل الأعمال الإلكترونية العربية.

جدول رقم 19-

من شركات النقل السريع المستعملة في e-com في العالم العربي	
موقع الشركة على الإنترنت	شركة النقل
http://www.dhl.com/	DHL
http://www.ups.com/	UPS
http://www.fedex.com/	Fed Ex
www.aramex.com	Aramex
www.ocs-inc.com	OCS

توصيات ومقترحات

عاشراً:

بهدف استفادة العالم العربي من اقتصاد الأعمال الإلكترونية e-Business بما في ذلك التجارة الإلكترونية e-Commercial، وبهدف زيادة التجارة البينية العربية، وكذلك زيادة الصادرات على الواردات في مجال الأعمال الإلكترونية، يوصى بالعمل في المجالات التالية:

1. تحسين البنية التحتية للإنترنت العربي أي:

- إيجاد شبكات إنترنت Backbone وطنية قوية
- تحسين الشبكات الهاتفية وزيادة عرض حزمها أو سرعة انتقال المعلومات عليها (تقانة DSL) وتقانة الألياف البصرية .
- إيجاد عدد كبير من مزودي الخدمة ISP
- إيجاد مخدمات آمنة Secure Servers ضمن الشبكات الوطنية للإنترنت.

2. تشجيع انتشار الإنترنت بين المواطنين أي

- (أ) تعريب المواقع (بالقانون) بهدف زيادة التجارة الإلكترونية المحلية والعربية
البيئية.
- (ب) زيادة وجود قواعد المعطيات المعربة على الإنترنت وفهرستها ضمن محركات
البحث.
- (ج) تخفيض أسعار الهاتف والإنترنت، وذلك لدعم الأعمال الإلكترونية وعدم الوقوع
في خطأ القضاء على دخولنا في الاقتصاد الجديد مقابل كسب ضرائب غير
مباشرة عن طريق الهاتف والإنترنت!!!
- (د) تخفيض الضرائب على مركبات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحرير
الاتصالات.
- (هـ) تبني مبادرات وطنية لمحاربة الأمية المعلوماتية ووضع مشاريع تعليم وتدريب في
المعلوماتية على المستوى الوطني.

3. دعم الدراسات والبحث والتطوير في مجالات المعلوماتية والأعمال الإلكترونية أي:

- (أ) اكتساب الخبرة الوطنية في مجال التعريب المعلوماتي
- (ب) اكتساب الخبرة الوطنية في مجالات الشبكات لتوطينها من حيث إدارتها ورفع سرعتها.
- (ج) اكتساب الخبرة الوطنية في أمن المعلومات الحاسوبية وبالتالي أمن التجارة والمبادلات المالية
وغيرها.
- (د) اكتساب الخبرة الوطنية في تجهيزات وبرمجيات الترجمة الآلية من وإلى العربية على الإنترنت.
- (هـ) اكتساب الخبرة الوطنية في تقييس استعمال اللغة العربية في المعلوماتية.

4. تحسين البيئة التشريعية والتنظيمية لانتشار الأعمال الإلكترونية أي:

- (أ) حرية انتقال المعلومات وبالتالي تقليل ميل العرب لفتح مواقع شركاتهم خارج العالم العربي.
- (ب) تشريعات ضمان الملكية الفكرية.
- (ج) تشريعات تحرير النقل والاتصالات.
- (د) تسهيلات التخليص الجمركي.
- (هـ) اعتماد المعايير والتقييس العالمي بعد تعريبه مثل EDI وغيره...

5. تحسين البيئة المصرفية للسماح بانتشار الأعمال الإلكترونية أي:

- (أ) تسهيلات الدفع ببطاقات الائتمان
- (ب) تشجيع المصارف للوجود على الإنترنت تفاعلياً
- (ج) خلق شركات الطرف الثالث (CA) للتوقيع الرقمي وللتعريف بالشركات.
- (د) اعتماد رسمي للتوقيع الإلكتروني وللتعمية (التشفير على الإنترنت).

6. إحداث شركات النقل السريع والتخليص الجمركي السريع.

7. تشجيع قيام شركات الأعمال الإلكترونية العربية أي:

- (أ) حاضنات لشركات الإنترنت

- (ب) حدائق العلم والتكنولوجيا في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات
- (ج) أسواق ومناطق صناعية لتكنولوجيا الإنترنت
- (د) توفير رأس المال المخاطر لشركات الأعمال الإلكترونية

المراجع

- 1- "تقرير الأمم المتحدة للتنمية البشرية" الصادر عن برنامج التنمية للأمم المتحدة UNDP لعام 1999.
 - 2- "التجارة الإلكترونية العربية" - موقع www.pcmag-arabic.com وموقع www.DIT.net
 - 3- "من يستخدم إنترنت في البلدان العربية" موقع www.iawmaq.com
 - 4- "التسوق الإلكتروني في البلدان العربية" موقع www.iawmaq.com
 - 5- "واقع استخدام إنترنت في العالم العربي" موقع www.pcmag-arabic.com
 - 6- "إنترنت" الدار العربية للعلوم، تأليف أرنود دوفور، 1998
 - 7- محمد مراياتي، "التكنولوجية الحديثة والمصطلح العربي في ظل اقتصاد المعرفة" ندوة إقرار منهجية لوضع المصطلح العلمي العربي وتوحيده وإشاعته، دمشق، تشرين أول/أكتوبر 1999.
 - 8- محمد مراياتي، "دعم جهود البحث والتطوير في المعلوماتية" المؤتمر السابع لوزراء التعليم العالي والبحث العلمي العرب، الرياض، أبريل/نيسان 1999.
 - 9- محمد مراياتي، "بيئة تنمية صناعة البرمجيات: تجارب عالمية واقتراحات" ورشة عمل حول تنمية صناعة برامج المعلوماتية في لبنان، الجامعة اللبنانية الأمريكية، 1999./5/29
 - 10- محمد مراياتي، "منظومة المعلوماتية في الوطن العربي - الفرص والتحديات مع بداية القرن الحادي والعشرين" مجلة المعلوماتية العدد الخاص 1999.
 - 11- محمد مراياتي، "التجارة الإلكترونية" مجلة المعلوماتية، العدد 72 تشرين أول/أكتوبر 1998.
-

References

1. "RIPE Region Hostcount, June, 2000" <http://www.ripe.net/>
2. "RIPE Region Hostcount, September 1999" <http://www.ripe.net/>
3. "The Internet Economy Indicators", <http://www.internetindicators.com/>
4. "Global Internet Statistics - by language"
www.euromktg.com/globstats,2000
5. "Internet Users and subscribers in the Arab World: October 1998,
<http://www.dit.net/>
6. "Internet Users in the Arab World close to one million"
<http://www.dit.net/>, May 1999
7. M. Mrayati "R&D on Arabisation of Information Technology System"
EGM, ESCWA/Tech/1997.
8. OECD (e-businessforum.com), Global Business Intelligence for the Digital Age.