# التجارة الإلكترونية : الواقع والتحديات عربيا ومحليا

د.عائشة عبد السلام العالم

*جامعة بنغازي، بنغازي، ليبيا، بريد الكتروني: dr.alalem2011@yahoo.com*

ملخص :

تهدف هذه الورقة إلى تسليط الضو على مفهوم التجارة الالكترونية، وأهميتها الاقتصادية، مع استعرض لواقع التجارة الالكترونية عربيا ومحليا ، والتحديات التي تواجهها . وقد توصلت الورقة إلى أنه في ظل التوجه نحو إحلال التقنية والتكنولوجيا في كافة ميادين النشاط الإنساني وبشكل رئيسي الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة ،فإن ذلك سيضع التجارة الإلكترونية على رأس موضوعات التطور والتنمية ، لذلك فإن تجاهل التجارة الإلكترونية لا يعني فقط عدم القدرة على امتلاك والتعامل مع الوسائل الإلكترونية، ولكن يعني المحافظة على الأنماط التقليدية للتجارة ، والتي تحولت بنية تنفيذها نحو استخدام الوسائل الإلكترونية . كما توصلت الورقة إلى إن الدول العربية ومن بينها ليبيا تواجه العديد من التحديات والعقبات ، تجعلها بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية ، كما تقدم الورقة بعض التوصيات التي نرى أنها تدفع هذا النوع من التجارة للأمام .

كلمات مفتاحية: التجارة الألكترونية ، التجارة الدولية ، الأعمال الألكترونية .

مقدمة :

تعتبر التجارة الإلكترونية وعمليات التسويق الإلكتروني من التطبيقات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات، وقد تزايد الاهتمام على مختلف المستويات بالتجارة الإلكترونية، ومن أبرز صور وأشكال هذا الاهتمام أن شكلت التجارة الإلكترونية والقواعد التي يجب أن تحكمها وما يتعلق بها من سياسات موضوعا رئيسيا في العديد من المؤتمرات، كالمؤتمر الثاني لمنظمة التجارة العالمية الذي انعقد في جنيف في يونيو1988، ومؤتمر شركاء في التنمية الذي انعقد في ليون بفرنسا في نوفمبر1998، وكان موضوعا لإعلان مشترك بين الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي في ديسمبر 1998. كما دخل العديد من الدول في اتفاقيات ثنائية لوضع بعض المبادئ المشتركة بخصوص هذا النوع من التجارة .

**1- التجارة الإلكترونية: المفهوم والأهمية الاقتصادية**

تعددت مفاهيم التجارة الإلكترونية، وذلك حسب العناصر التي يرتكز عليها مفهوم دون غيره، وتتضمن التجارةالإلكترونية استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز االاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح المشتركة، مثل العملاء، الموردين، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية، الجمهور، وهناك العديد من التعريفات المختلفة للتجارة الإلكترونية، حيث عرفتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) التجارة الإلكترونية بأنها "المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الإنترنت، أو مغلق مثل (MinitelAol ) مثل والتي تسمى بالدخول إلى الشبكات المفتوحة.[1]

وتعرف منظمة التجارة الدولية التجارة الإلكترونية بأنها "مجموعة العمليات التجارية المتكاملة (خدمات ومنتجات) التي تتعامل معها كافة الفعاليات لمؤسسات وشركات وأفراد، وتعتمد هذه العمليات على المعالجة الإلكترونية صوتا وصورة ونصوصا, ويتم توفير هذه العمليات الإ من خلال شبكة الإنترنت التي تعتبر الشريان الأساسي أو البنية التحتية لقاعدة التجارة الإلكترونية. [2]

كما عرفها كوبيل (Coppel) وفقا للمنظومة التي وضعها بأن التجارة الإلكترونية تغطي كافة العمليات التجارية التي بين كافة المؤسسات والشركات سواء كانت حكومية أم غير حكومية, أم حتى بينها وبين بعضها البعض, وبينها وبين العملاء, والمستهلكين وذلك كما يوضحها الجدول رقم [1]

*الجدول1 : منظومة كوبيل Coppel للتجارة الإلكترونية*

| C , B , G | Consvmers (C) | Business ( B ) | Governments (G) |
|---|---|---|---|
| Consvmers (C ) | C2C | C2B | C2G |
| Business ( B ) | B2C | B2B | B2G |
| Governments (G) | G2C | G2B | G2G |

المصدر: محمود حامد عبد الرازق, الأثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية, بحوث اقتصادية عربية, الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية, العددان 36-37, 2006, ص:14.[3]

وهذا التعريف أكثر التعريفات شمولاً للتجارة الإلكترونية, حيث تعرض كافة المعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات الحكومية وبعضها البعض, أو بينها وبين المؤسسات الأخرى الخاصة والمستهلكين, لذلك تدخل الحكومة كطرف من أطرف التجارة الإلكترونية.

**ب_ الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية:**

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية بالأساليب الحديثة التي تتميز بها مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية, وستحدث تبعاتها الاجتماعية والإقتصادية تغييرات في العديد من الجوانب, وتشمل البيئة, وطبيعة الأعمال, ودور الحكومات في دعم تسهيلات التجارة والنهوض بكفاءتها.

**ويمكن إيضاح الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية وتأثيراتها الاقتصادية والاجتماعية في النقاط التالية[4].**

أ. التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت تزيد من الترابط في الاقتصاد, ويشمل الترابط وحدات العمل بأحجامها المختلفة والعائلة والأفراد, بسبب انخفاض تكاليف الحصول على مستلزمات الاتصال بالإنترنت وتوسيع الخدمة والاجهزة التى يمكن ربطها على هذه الشبكة.

ب. الإنفتاح من أهم العوامل المساعدة على توسيع التجارة الإلكترونية, فبفضل قياسية تصميم العديد من الوسائل الإلكترونية والبرمجية, انتشرت صناعة ضخمة من نوع جديد, وتشكلت شركات بمختلف الأحجام تعنى بتكنولوجيا المعلومات ذات العلاقة بالإنترنت.

ج. تأثير التجارة الإلكترونية على الأهمية النسبية لعامل الوقت في التجارة, بعد أن كان حجم الإنتاج والمسافة ما بين المنتج والمستهلك والإجراءات المالية والإدارية والجمركية كلها حواجز تؤثر في معظم الحالات سلبا على استكمال الصفقة التجارية في زمن قصير, كل هذه الحواجز بدأت تتقلص أو تختفي من خلال الأسلوب الجديد للتجارة.

د. تأثير التجارة الإلكترونية على مواقع السوق, فدور الوسيط التجاري والعلاقة بين المنتج والمستهلك بدأت تتغير وأستحدثت قنوات جديدة مباشرة في معظم الحالات, تربط بين ما هو معروض وما هو مطلوب, كذلك المتطلبات الخاصة بتكييف السلعة المعروضة للغرض المطلوب, كل ذلك يتم بشكل تحاوري مباشر (Interactive), والأساليب الجديدة تحتاج إلى مهارات وخبرات جديدة تنمو مع انتشار هذه الوسائل الجديدة.

هـ. التأثير المضاعف للتجارة الإلكترونية, يمكننا اعتبار التجارة الإلكترونية, أسلوبا مستحدثا من أساليب التجارة, وتكمن قدرة هذا الأسلوب بالأسلوب المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية (Hardware and Software ) التي تجعل تعدد الترابط والتراسل ما بين الأطراف عبر الإنترنت أمرا في غاية السهولة, فتجربة جديدة في موقع ما على الإنترنت سرعان ما تنتشر وتتضاعف فوائدها عبر الشبكة بمساحتها الجغرافية والقطاعية الواسعة, وبات الارتباط ممكنا ما بين شركة واخرى وما بين الشركات والأفراد أو شركات وإدارة حكومية وبينها وبين الأفراد.

**2- واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية:**

لا يزال مفهوم التجارة الإلكترونية غائباً عن العالم العربي في مجالات التبادلات التجارية البينية أو مع العالم الخارجي, ولا توجد احصاءات دقيقة لحجم التجارة الإلكترونية في الدول العربية, وما هو متوفر من إحصاءات يدل على ضآلة حجم هذه التجارة مقارنة مع الحجم العالمي للتجارة الإلكترونية, وتشير بعض الأرقام المنشورة لعام 2002 أن التجارة الإلكترونية بلغت 2300 مليار دولار, تقدر حصة البلدان العربية منها ما يقارب 3 مليارات عام 2005, وتشكل حصة البلدان العربية من إجمالي التجارة الإلكترونية العالمية 0.15%.[5] ووفقاً لتقرير إصدرته شركة بى فورت فأن حجم التجارة الإلكترونية في العالم عام 2017 بلغ 23.6 تريليون دولار, تقدر حصة البلدان العربية فيها ما يقارب 51 دولار[6] ويوضح الجدول رقم [2] أنواع السلع المشتراه من خلال التجارة الإلكترونية.

*جدول 2 : أنواع السلع المشتراه من خلال التجارة الإلكترونية في الدول العربية*

| نوع السلعة | النسبة المئوية |
|---|---|
| برامج كمبيوتر | %23 |
| الكتب | %22 |
| الهدايا | %10 |
| أجهزة ومعدات الكمبيوتر | %7 |
| ألبسة | %7 |
| بطاقات سفر وحجز فنادق | %7 |
| حجز مواقع الواب | %7 |
| عطور | %5 |
| إلكترونيات | %5 |
| أخرى | %7 |

المصدر: ثناء أبازيد, واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها, مرجع سابق, ص3.[7]

وكما يوضح الجدول فأن مشتريات برامج الكمبيوتر تصدرت قائمة السلع المتدولة في التجارة الإلكترونية في الدول العربية بنسبة 23%, كما أن 80% من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية, وذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل أكثر من 0.5%من مساحة الأستخدام على شبكة الإنترنت. وتعتبر بعض الدول العربية مثل الإمارات, مصر, والأردن من الدول التى تتبنى مبادرات وطنية لدعم التجارة الإلكترونية, ويعتبر مششروع مدينة دبي للإنترنت ومبادرة حكومة دبي لتطبيق الحكومة الإلكترونية في أعمالها نموذجين يعكسان مدى اهتمام الحكومة بوسائل التجارة الإلكترونية.[8] وفي مصر على الرغم من قصور بنيتها التحتية للاتصالات والمعلومات, لكنها تشهد معدلات نمو في وسائل الاتصالات والمعلومات, وقد تم إنشاء عشرة مواقع عام 1998م لتقديم بعض

التعاملات التجارية من خلال الإنترنت, وازداد هذا العدد ليصبح 184 عام 2000م, ولكن عدد المواقع التى تقوم فعلاً بالبيع يترواح بين 10–20 موقعاً.[9] كذلك قامت هذه الدول بتبني بعض المبادارت لدعم التجارة الإلكترونية مثل شركة صخر, وشركة أنظمة المعلومات العربية ACC, وشركة الهدية للبرمجيات العربية, ومجموعة المجرة الأردنية, وشركة أنظمة البيانات الحديثة السعودية وغيرها.[10]

وحيث أن رواج التجارة الإلكترونية يتناسب مع درجة انتشار الهواتف (الثابتة والنقالة) وكثافة مستخدمي الإنترنت, وعدد الحواسيب, فإنه في جميع هذه الوسائل تقع الدول العربية دون المستوى المتوسط لبلدان العالم, فيما عدا بعض دول الخليج ذات المساحات الصغيرة, وأعداد السكان القليلة.

**وهناك عدة مواقع للتجارة الإلكترونية في الدول العربية أهمها:**

– مواقع للتجارة الإلكترونية : تشرح فيها الشركة أعمالها ومنتجاتها ومواصفات هذه المنتجات, لكنها تستعمل الإنترنت لإجراء عمليات البيع, وقد أصبحت مواقع هذه الشركات العربية كثيرة في عالم الإنترنت, وأصبح هناك ألاف الشركات العربية التى لها مواقع, والجدول رقم [3] يعطي أمثلة عن بعضها.

*جدول 3 : عناوين مواقع التجارة الإلكترونية*

| أسم الموقع | البلد | عنوان الموقع | اللغة | البيع على الانترنت |
|---|---|---|---|---|
| شركة النيل | مصر | www.netnile.com | E / A | ✓ |
| مايكروبك | الإمارات | www.sscomp.co.ae | E | ✓ |
| السوق الحرة | البحرين | www.bdoty free.com | E | ✓ |
| شركة الأعمال العربية | الأردن | www.arab–business.net | E | ✓ |

المصدر: محمد مراياتى, الأعمال الإلكترونية والعالم العربي,2001, WWW.Minshawi.com/content [10]

– المتاجر الإلكترونية الافتراضية العربية: هذه المتاجر تقوم بعمليات التجارة الإلكترونية , أي أنها تقوم بإتمام عملية البيع على الإنترنت, والجدول رقم [4] يبين أمثلة لبعضها في الدول العربية.

*جدول 4 : بعض المتاجر الإلكترونية التى تمارس التجارة الالكترونية*

| أسم الموقع | عنوان الموقع | الدولة |
|---|---|---|
| مكتبة النيل والفرات | www.neelwafurat.com | لبنان |
| مركز تسوق صخر | https://shop.sakhr.com | مصر |
| السوق العرب الالكترونى | www.sook.com | الامارات |

المصدر: محمد مراياتى, الأعمال الإلكترونية والعالم العربي,2001, WWW.Minshawi.com/content [10]

– **المتاجر الإلكترونية المتخصصة:** وهذه المتاجر الإلكترونية تتخصص في بيع سلعة معينة وبعضها يسوق أكثر من سلعة, من أمثلتها متاجر الكتب العربية على الإنترنت, كما يوضحها الجدول رقم [5]

*جدول 5 : متاجر بعض الكتب العربية على الانترنت*

| أسم المكتبة | عنوان الموقع | لغة الإنترنت |
|---|---|---|
| دار الفكر | www.fikr.com | E / A |
| دار الكتاب العربي | www.alkitab.com | E |
| مكتبة النيل والفرات | www.neelofurat.com | A |

المصدر: محمد مراياتى, الأعمال الإلكترونية والعالم العربي,2001, WWW.Minshawi.com/content [10]

– **المتاجر الإلكترونية في الخارج:** وهذه المتاجر الإلكترونية تعمل باللغات الإنجليزية أو الإلمانية أو غيرها, واحيانا تعمل باللغة العربية.

– **المداخل إلى الأعمال الإلكترونية وهي البوابات,** وتحتوى على مداخل للأعمال والتجارة والمصارف والدعاية, كما تحتوى على روابط لمواقع المتاجر الإلكترونية العربية Links, وهذه البوابات يمكن أن تكون على المستوى العربي وموجهة لكل الدول العربية وتساعد في التجارة البينية, أو تكون محلية مختصة بدولة بعينها. والجدول رقم [6] يبين أمثلة لبعض هذه البوابات.

*جدول 6 : البوابة العربية Porals*

| البوابة | الموقع | الوجود | اللغة |
|---|---|---|---|
| شبكة المواقع العربية | www.arabsites.com | عربية | E |
| كنوز | www.alkitabkonouz.com | عربية | E / A |
| شركة اتصالات الإمارات | www.etisalat.com.ae | إماراتية | E |
| شبكة المواقع السعودية | www.saudilinks.com | السعودية | A |

المصدر: محمد مراياتى, الأعمال الإلكترونية والعالم العربي,2001, WWW.Minshawi.com/content [10]

**3– واقع التجارة الإلكترونية في ليبيا:**

رغم ان تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت منذ ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في منتصف التسعينات, لكن واقع التجارة الإلكترونية في ليبيا لم يبرح درجة الصفر, مما يعكس صورة التخلف الاقتصادى وعدم مواكبة تكنولوجيا المعلومات, ويعود هذا الوضع إلى مجموعة من الأسباب:

– عدم الاهتمام بإدخال الانترنت إلى ليبيا في التسعينات وهو وقت نمو السوق.

– ضعف البنية التحتية للاتصالات, مثل نوعية وسرعة وسائل الاتصالات, ومدى توافر قطع تقنية المعلومات مثل الحاسبات والأقرص الصلبة والمرنة وغيرها, والتى تعتبر وسائل أساسية للدخول إلى الإنترنت والقيام بأي عمل تجاري.

– ضعف الثقافة التقنية والتكنولوجيا بين أفراد المجتمع, حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دوراً هاماً في انتشارها وتطورها, خاصة بين القطاعات الإنتاجية, ويعد مستوى ونوعية التعليم وسيلة مهمة لنشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني.

– عدم مواكبة المؤسسات الاقتصادية في ليبيا ومن بينها المصارف للتطورات الحديثة, فيما يخص وسائل الدفع الإلكتروني حتى تستعملها في مجال التجارة الإلكترونية.

– اتساع المساحة الجغرافية في ليبيا, وقلة عدد السكان مما جعل مشروعات الاتصالات مكلفة.

وحتى يمكن إدخال شبكة الإنترنت بجميع خدماتها في ليبيا لتلبية حاجات الأفراد والمؤسسات والشركات العامة والخاصة, يوجد عدد من المتطلبات وهذه يمكن إجمالها في الآتي:

– التوعية والتعليم وتهيئة الكوادر البشرية في المجال التكنولوجي والتسويقي.

– دور الدولة في إدخال شبكة الإنترنت مع إصدار القوانين والتشريعات المناسبة لذلك.

– تجهيزات حاسوبية ونظم اتصالات حديثة وشبكات متقدمة.

**ويمكن تلخيص الواقع المعلوماتي في ليبيا فيما يلي:**[11]

– تعتبر شركة ليبيا للأتصالات والتقنية والشركة العام للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية, أهم الشركات التى تؤمن وسائل الاتصال بالإنترنت في ليبيا, وتتبع هذه الشركات الهيئة العامة للآتصالات.

– بدأ العمل في شبكة الإنترنت عندما بدأت شركة ليبيا للاتصالات والتقنية بتسويق خدمة إنترنت الطلب الهاتفي سنة 1997 كمزود رئيسي للخدمة.

– بدأ استخدم الإنترنت في الاتساع, حيث ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت بعد أن أضافت الشركة خدمة ليبيا DCL سنة 2005, وتشغيل مشروع ليبيا ماكس سنة 2009.

– وصل عدد المشتركين في خدمات الإنترنت بمختلف أنواعها1,030,289 . ووصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي Face Book إلى 301,597 مستخدم عام 2014.

– 90% من المناطق في ليبيا تمت تغطيتها بشبكات الهاتف المحمول, وتنتشر خدمة الإنترنت في 28% من هذه المناطق.

– بدأ اشتراك الشركات الليبية بالإنترنت في الفترة من 1997 إلى 2000, واكتمل في الفترة 2001–2004, وأصبحت الشركات الليبية تمتلك مواقع على شبكة المعلومات, إضافة إلى التعامل عن طريق البريد الإلكتروني.

– حجم العمل للشركات الليبية من خلال مواقع الشركات على الشبكة لم يتجاوز 25% , وتستخدم هذه الشركات شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) لأغراض الإعلان والحصول على أحدث الأخبار, وهذه الشركات لا تستخدم الشبكة للبحث عن شركاء التجارة .

**الفوائد التى تحصل عليها ليبيا من وراء ممارسة الدخول للتجارة الإلكترونية:**

– سهولة الوصول إلى المستهلكين.

– فتح أسواق جديدة, لأن التجارة الإلكترونية تتيح فرصة النفاذ إلى الأسواق المحلية والعالمية بتكلفة أقل.

– تهيئة الشركات لمواكبة تكنولوجيا المعلومات, ومزاحمة الشركات الأجنبية, خاصة بعد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

**4– التحديات التى تواجه التجارة الإلكترونية عربيا ومحليا:**

هناك مجموعة من التحديات التى تقف عائقاً أمام الدول العربية ومن بينها ليبيا في سبيل استخدام التجارة الإلكترونية, وهذه التحديات تتنوع من حيث كونها تحديات تقنية تكنولوجية, وتحديات تشريعية وقانونية, وتحديات تجارية, وتتمثل هذه التحديات في الآتي:

1. ضعف أنشطة البحوث والتطوير, حيث تدل المؤشرات في الدول العربية على تدني مستوى القدرة العلمية والتكنولوجية, مع تواضع إعداد العلماء والباحثين في مجالات التكنولوجيا.

2. قصور الكوادر البشرية المؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية, حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع, وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية, إضافة إلى صعوبة مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة.

3. قلة عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية بسبب ارتفاع تكلفة الاتصال مع الشبكة, إضافة إلى ارتفاع اسعار أجهزة الاسوب والاجهزة اللازمة للربط مع الشبكة.

4. صعوبة توفير البنية التحتية المناسبة للتجارة الإلكترونية, فالأجهزة والبنية التحتية للاتصالات, وخدمة الإنترنت والصيانة المستمرة للأجهزة والمعدات والتطوير الدائم لها, يمثل البنية الأساسية لممارسة التجارة الالكترونية.

5. صعوبة توفير بيئة قانونية وتشريعية تتسم بالشفافية والمرونة, وتكييف بعض القوانين المتعلقة بالضريبة والتعامل التجاري والملكية الفكرية, وغيرها من القوانين والأنظمة وفق الضرورات التي تفرضها التجارة الإلكترونية.

وفيما يتعلق بالتشريعات في الدول العربية فهى لم تنسق جهودها للخروج بنموذج عربي موحد لقانون موحد للتجارة الإلكترونية, والتوقيع الإلكتروني والاعتراف بالمعاملة الالكترونية, وقد جرت محاولات انفرادية في بعض الدول لاصدار قانون شامل للتجارة الإلكترونية اعتمادا على تجارب سابقة لدول أخرى, وقد أكدت الوثيقة العربية التى حملت "إعلان القاهرة" والتى شارك في إعدادها ممثلو 18 دولة عربية في اجتماعهم بالقاهرة في يونيو 2002, في إطار التحضير للقمة العالمية للمعلومات, أهمية العمل على عدة محاور, وقد تضمن المحور الخاص بالتجارة الإلكترونية .

– توفير البنية المناسبة لنشر التجارة الإلكترونية بإصدار السياسات التشريعية اللازمة والآليات الإقليمية لزيادة التبادل التجاري إلكترونيا بين الدول العربية, وإزالة العوائق امام تدفق التعاملات التجارية.

– إقامة مؤسسات إقليمية مخولة لسلطة توثيق التوقيع الإلكتروني كأساس للتجارة الإلكترونية.

– توازي العمل في نشر التجارة الإلكترونية مع تحسين خدمات النقل والشحن لتسهيل حركة البضائع بين الدول.

– تبنى تشريعات موحدة لحماية حقوق المستهلكين والمنتجين وإرساء آليات فض النزاع.

**خلاصة:**

من العرض السابق يتبين لنا أن هناك تأخرا في استخدام التجارة الإلكترونية في الدول العربية ومنها ليبيا, لعدم توفر معظم مقوماتها, وهناك مجموعة من النقاط يتعين على الدول العربية مراعاتها حتى تستطيع استخدام التجارة الإلكترونية بشكل أكثر فعالية, وتتركز أهم هذه النقاط في التالي :

1– تحسين البنية التحتية للإنترنت العربي عن طريق:

* ايجاد شبكات إنترنت Backbone وطنية قوية.

* تحسين الشبكات الهاتفية وزيادة عرض حزمتها أو سرعة انتقال المعلومات عليها (تقانة DSL) وتقانة الألياف البصرية.

* ايجاد عدد كبير من مزودي الخدمة LSP .

* إيجاد مخدمات امنة Secure Servers ضمن الشبكات للإنترنت.

2– تشجيع انتشار الإنترنت بين الأفراد عن طريق.

* تعريب المواقع ( بالقانون ) بهدف زيادة التجارة الإلكترونية المحلية ضمن محركات البحث.
* تخفيض أسعار الهاتف والإنترنت, وذلك لدعم الأعمال الإلكترونية.
* تبني مبادرات وطنية لمحاربة الأمية المعلوماتية, ووضع مشاريع تدريب في المعلوماتية على المستوى الوطني.

3- دعم الدراسات والبحث والتطوير في مجالات المعلوماتية والأعمال الإلكترونية.

* اكتساب الخبرة الوطنية في مجال التعريب المعلوماتي.
* اكتساب الخبرة الوطنية في مجالات الشبكات لتوطينها من حيث حسن إداراتها ورفع سرعتها .
* اكتساب الخبرة الوطنية في أمن المعلومات الحاسوبية, وبالتالي أمن التجارة والمبادلات المالية وغيرها.
* اكتساب الخبرة الوطنية في تجهيزات وبرمجيات الترجمة الآلية من وإلى العربية على الإنترنت.

4- تحسين البيئة التشريعية والتنظيمية لانتشار الأعمال الالكترونية عن طريق:

* حرية انتقال المعلومات, وبالتالي تقليل ميل العرب لفتح مواقع شركاتهم خارج العالم العربي.
* تشريعات ضمان الملكية الفكرية.
* تشريعات تحرير النقل والاتصالات.
* تسهيلات التخليص الجمركي.

## قائمة المراجع:

[1] زاريرى بالقاسم, على طوباش, طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة,المستقبل العربي, السنة الخامسة والعشرون, العدد 288, 2003, ص72.

[2] فهد الخطيب, فلاح الحسيني, التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي للشركات, دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الأردنية, مجلة دراسات تصدر عن عمادة البحث العلمي في الجامعة الأردنية, المجلد 29, العدد1, 2002, ص 166.

[3] محمود حامد عبد الرازق, الأثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية, بحوث اقتصادية عربية, الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية, العددان 36-37, 2006, ص 14.

[8,4] عبدالاله الديوه جي, , التجارة الإلكترونية , أوراق موجزة لإعداد المؤتمر الوزاري الرابع لمنظمة التجارة العلمية, الدوحة, 2001, ص3, ص8.

[5] عبدالاله الديوه جي, تكنولوجيا المعلومات في إطار منظمة التجارة العالمية, أوراق موجزة لإعداد المؤتمر الوزاري الخامس لمنظمة التجارة العلمية, المكسيك, 2003, ص7.

[6] https://statefpayment.payments:payfort.com/ar/

[9,7] ثناء أبازيد, , واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها, مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية, المجلد السابع والعشرون, العدد الرابع, 2005, ص3, ص4.

[10] محمد مراياتى, الأعمال الإلكترونية والعالم العربي,2001, WWW.Minshawi.com/content.

[11] https://ar.wikipedia.org/wiki/