

الوضع فى مصر والوطن العربى

فىما يتعلق بوضع التجارة الإلكترونية فى مصر، ينبغى أن نعلم ابتداءً أن الوسيط الإلكتروني اللازم لممارستها، وهو الإنترنت، لم يظهر فى مصر إلا فى عام ١٩٩٣. فى ذلك العام أدخل مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصرى هذه الخدمة، وقدمها مجاناً لمدة ثلاث سنوات، وذلك على سبيل التعريف بها وزيادة الوعى بأهميتها. وقد ظل استخدام الإنترنت محدوداً حتى عام ١٩٩٧، حيث بلغ عدد المستخدمين ٤٥ ألف شخص ليس غير. ومع السماح للشركات الخاصة بتقديم خدمة الإنترنت فى مصر، شهدت أعداد مستخدميها طفرة ضخمة. فقد ارتفع العدد إلى أربعة أضعاف فى عام ١٩٩٨، حيث بلغت ١٨٠ ألف مستخدم. ثم زاد بنسبة ٦٧% فى عام ١٩٩٩ (حيث وصل العدد إلى ٣٠٠ ألف)، وكذلك فى عام ٢٠٠٠ (حيث أصبح العدد ٥٠٠ ألف)^١.

وطبقاً لبيانات جدول (٤)، فإن عدد مستخدمي الإنترنت لا يزيد على ٧ لكل ألف من السكان، أى ٠,٧% من عدد سكان مصر. والنسبة الكبرى من هذا العدد (٨٢%) تتركز فى القاهرة الكبرى والإسكندرية. ومن المقرر إتاحة خدمة الإنترنت مجاناً، أى دون اشتراك مسبق له اعتباراً من شهر سبتمبر ٢٠٠١، وذلك كإكتفاء

^١ وهذا هو التقدير المعطى فى (Radwan)، والذى يزيد على التقدير المعطى فى ITU بخمسين ألف مستخدم. أنظر جدول (٤).

بسادد المستخدم لقيمة المكالمات المحلية عند اتصاله بالإنترنت. (الأهرام، ٢٣/٣/٢٠٠١). كما تزمع الحكومة إنشاء عدد من مراكز الخدمات العامة للإنترنت، التي تقدم هذه الخدمة بشكل جماعي (رأفت رضوان فى سمنار معهد التخطيط القومى ١٥/٥/٢٠٠١).

وفىما يتعلق بالمؤشرات غير المباشرة الأخرى لمدى انتشار التجارة الإلكترونية فى مصر (حيث لا توجد مؤشرات مباشرة فى هذا الشأن)، تشير بيانات جدول (٤) إلى تدنى قيم معظم هذه المؤشرات، ومن ثم إلى المحدودية الشديدة لحجم التجارة الإلكترونية فى مصر. فعدد مضيفى الإنترنت لا يزيد على ٣٥ لكل مليون نسمة، وعدد الحاسبات الشخصية لا يزيد على ١,٤ حاسباً لكل مائة نسمة، أى أن ١,٤% فقط من سكان مصر يحوزون الحاسب الشخصى^٢. كما أن نسبة المصريين الذين لديهم خطوط تليفونات تتراوح بين ٨,٦% و ١٠,٤%، مع تركيز شديد فى الحضر، وحرمان شديد فى الريف. فعدد الخطوط التليفونية لكل مائة فرد هو ٢١,٣ فى الحضر، مقابل ٢,١ فى الريف. أى أن نصيب الريف من الخدمات التليفونية هو عشر نصيب الحضر وأخيراً، تشير إلى إحدى أدوات الدفع الرئيسية فى مجال التجارة الإلكترونية، وهى بطاقات الائتمان. وطبقاً لآخر إحصاء متاح، لم يزد عدد البطاقات المصدرة حتى أواخر عام ٢٠٠٠ أو أوائل عام ٢٠٠١ على ٤١٦ ألف بطاقة، أى أن نسبة حاملى بطاقات الائتمان فى مصر لا تزيد حالياً على ٠,٦% من إجمالى عدد السكان.

^٢ من المرجح أن هذا العدد ينطوى على تضخيم لعدد الحاسبات فى " الخدمة " ، حيث تم التوصل إلى إجمالى عدد الحاسبات بجمع أرقام مبيعات الحاسبات دون حساب نسبة تلف وتقادىم للحاسبات المشترية .

جدول (٤): المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية في مصر في عام ٢٠٠٠

٢٢٤٠	عدد مضيفي الإنترنت	(١)
٠,٣٥	عدد مضيفي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة	(٢)
(٦٦)	عدد مقدمي خدمة الإنترنت	(٣)
٤٥٠ (٥٠٠) ^(١)	عدد مستخدمي الإنترنت بالآلاف	(٤)
٧٠,٩	عدد مستخدمي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة	(٥)
٧٥٠ (٦٨٧)، وفي عام ٢٠٠٠ (٩٤٧) ^(٢)	عدد الحاسبات الشخصية بالآلاف (عام ١٩٩٩)	(٦)
١,٢ (١,٤)	عدد الحاسبات الشخصية لكل مائة نسمة	(٧)
٥,٤٨٤ (٦,٦) ^(٣)	عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات بالمليون	(٨)
٨,٦٤ (١٠,٤) ^(٤)	عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات لكل مائة نسمة	(٩)
٤١٦ (٥)	عدد المشتركين في بطاقات الائتمان بالآلاف	(١٠)

المصادر والملاحظات

المصادر

الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU): www.itu.int، ما عدا البيانات المذكورة بين أقواس، فهي من (R. Radwan)، والبيان رقم ١٠ (ومصدره مذكور في الملاحظة أدناه):

الملاحظات

(١) ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت من ٤٥ ألف في ١٩٩٧ إلى ١٨٠ ألف في ١٩٩٨، ثم إلى ٣٠٠ ألف في ١٩٩٩، و ٥٠٠ ألف في ٢٠٠٠. ويقدر أن ٧٥% منهم في القاهرة و ٧% في الإسكندرية، و ٦% في الصعيد، و ١٠% في الوجه البحري و ٢% في محافظات الحدود (Radwan). ويقدم تقرير السفارة الأمريكية عن الاقتصاد المصري أرقاماً منخفضة للمشاركين في الإنترنت، حيث يشير إلى ١٥٠ ألف مستخدم في ١٩٩٩ (مقابل ٣٠٠ ألف طبقاً لرضوان) ويتوقع وصول العدد إلى ٢٥٠ ألف مستخدم في سنة ٢٠٠٠ (US). لاحظ أن عدد المستخدمين للإنترنت يفوق عدد المشتركين في الخدمة، ويقدر أن هناك ما بين أربعة وخمسة مستخدمين لكل مشترك في خدمة الإنترنت (Radwan).

(٢) هذه الأرقام مستنتجة بجمع عدد الحاسبات الشخصية المباعة في كل سنة ابتداءً من سنة ١٩٩٤. ويقدر أن ٨٠% من الحاسبات الشخصية توجد في القاهرة الكبرى والإسكندرية (Radwan).

(٣) تطور عدد الخطوط من نصف مليون خط في ١٩٨٢ إلى ١,٥ مليون خط في ١٩٨٦، ثم إلى ٢,٥ مليون خط في ١٩٩٢، و٤,٢ مليون خط في ١٩٩٦، و٥,٨ مليون خط في ١٩٩٨، و٦,٦ مليون خط في سنة ٢٠٠٠ (Radwan).

(٤) المتوسط في الحضر ٢١,٣ وفي الريف ٢,١ خط لكل مائة نسمة.

(٥) طبقاً لما ورد في (الأهرام ٢٠٠١/٦/٣)، يبلغ عدد المشتركين في بطاقات الائتمان فيزا ٢٥٠ ألف فرد، ويقدر أن فيزا تمثل ٦٠% من حجم سوق البطاقات في مصر. ويستنتج من ذلك أن عدد البطاقات الإجمالي هو ٤١٦ ألف بطاقة.

ومن المرجح أن عمليات التجارة الإلكترونية بدأت في مصر في عام ١٩٩٨. وعلى خلاف الوضع العالمي حيث تتركز ممارسة التجارة الإلكترونية في التجارة بين الشركات (B2B)، وذلك كما سبق ذكره في القسم (٥)، فإن النسبة الكبرى من عمليات التجارة الإلكترونية في مصر من نصيب التعاملات بين الشركات والمستهلكين (B2C). ومن أهم مجالات تجارة التجزئة الإلكترونية في مصر بيع وشراء الوجبات السريعة والعقارات والسيارات والكتب والزهور، وكذلك تقديم خدمات التوظيف. وغالباً ما تنحصر أنشطة التجارة الإلكترونية في البحث عن معلومات عن المنتج المطلوب وتقديم طلب الشراء. أما التوريد وسداد الثمن فيجرى ممارستهما بالطرق التقليدية.

وظهرت مؤخراً شركة أقامت سوقاً إلكترونية للأدوية التي تنتجها شركات مختلفة وذلك لعرض كتالوجات هذه الشركات ولتنظيم توزيع منتجاتها على الصيدليات على الخط، أي بوسائل التجارة الإلكترونية. وهو ما يدخل في باب التجارة بين الشركات (B2B). كما تقوم بعض معارض الأثاث في دمياط وبعض مصانع السجاد في الصعيد بإنشاء مواقع لها على الإنترنت على سبيل تشجيع صادراتها إلى الخارج (الأخبار، ٢٠٠١/٦/١٦) وهذا أيضاً نوع من التجارة بين الشركات.

كما أعلنت وزارة الاتصالات والمعلومات عن مشروع لإنشاء الشبكة القومية للبريد، وذلك في إطار تنفيذ برنامج التجارة الإلكترونية وتشجيع القطاع الخاص في مصر على تنمية مجتمع المعلومات. ويهدف البرنامج إلى ميكنة وربط مكاتب الهيئة القومية للبريد ببعضها البعض في شبكة موحدة باستخدام أحدث التكنولوجيات (وذلك في عشر محافظات كمرحلة أولى). (الأهرام، ٢٠٠١/٣/٢٣).

وفيما يتعلق بوسائل الدفع المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، وتفادياً للمشكلات المرتبطة باستخدام بطاقات الائتمان على الإنترنت (كما سيأتى بيانه لاحقاً)، بادر البنك الأهلى المصرى وبنك مصر بإصدار بطاقة ائتمان خاصة بالتسوق عبر الإنترنت^٣. كما بادر البنك المركزى المصرى بوضع مشروع لتنفيذ الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والذي سيخدم عمليات التجارة الإلكترونية، علاوة على ما يقدم من خدمات مصرفية إلكترونية أخرى (الأهرام الاقتصادية، ٢١/٥/٢٠٠١). ويتضمن المشروع - ضمن ما يتضمن - قيام البنوك بعمل توقيعات إلكترونية لعملائها للاستخدام فى تعاملاتهم عبر الإنترنت وغيرها.

وفى إطار تهيئة البيئة التشريعية على نحو ييسر التجارة الإلكترونية ويؤمن المتعاملين فيها ضد المخاطر، جرى إعداد عدة مشروعات قوانين، منها مشروع قانون التجارة الإلكترونية (الأهرام الاقتصادية، ١٢/٣/٢٠٠١)، ومشروع قانون التوقيع الإلكتروني بغرض إضفاء الصبغة القانونية على الوثائق الإلكترونية، ومشروع قانون جرائم الكمبيوتر، ومشروع قانون حماية الملكية الفكرية^٤، ومشروع قانون حماية المستهلك.

وفيما يتعلق بوضع الدول العربية فى مجال التجارة الإلكترونية، يوضح جدول (٥) مجموعة من المؤشرات غير المباشرة التى تركز على خدمات الاتصالات والمعلوماتية فى الدول العربية. كما نقدم فى جدول (٦) الوضع الإجمالى بالنسبة لهذه المؤشرات فى الوطن العربى مع المقارنة بثلاث من دول الجوار، وهى إسرائيل وإيران وتركيا، مع إضافة عدد من المؤشرات المتصلة بالتعليم والامية.

^٣ Internet Shopping Card . ويقتصر استخدام هذه البطاقات على الحصول على السلع والخدمات من خلال الإنترنت أو الشراء عن طريق البريد أو التليفون ، ويمتد استخدامها فى عمليات الشراء المباشر لدى أى تاجر . وفى سداد فواتير الفنادق أو استئجار السيارات . والحد الأقصى المسموح به للعمليه الواحدة هى ٢٠٠ دولار .

^٤ نوقش هذا المشروع فى مجلس الشورى ثم فى مجلس الشعب فى أوائل عام ٢٠٠١، وانفضت دورة إنعقاد المجلس الأخير دون أن يصدر القانون.

ومن الواضح إن الإمارات تحتل وضعاً متميزاً بين الدول العربية بالنسبة لمعظم مؤشرات الاتصالات والمعلوماتية. فلديها أكبر عدد من مضيفي الإنترنت إجمالاً ولكل عشرة آلاف نسمة، ولديها أكبر عدد من مستخدمي الإنترنت إجمالاً وبالنسبة لكل ألف من السكان، وتأتي في المرتبة الثالثة فيما يتعلق بالعدد الكلي للحاسبات الشخصية (بعد السعودية ومصر) وكذلك فيما يتعلق بعدد الحاسبات لكل مائة نسمة (بعد البحرين وقطر). كما أنها تحتل المرتبة الأولى بالنسبة لعدد الخطوط الرئيسية للتليفونات لكل مائة نسمة. وربما يساعد على تفسير هذا الوضع المتميز أن الإمارات لديها أعلى متوسط لدخل الفرد بالنسبة للدول العربية جميعاً (وكذلك بالنسبة لإسرائيل). والعامل الآخر في التفسير هو أن الإمارات تحاول أن تكون موطناً لعدد كبير من شركات الاتصالات والمعلومات، وكذلك للشركات الصناعية والتجارية، وتقدم حوافز سخية للاستثمارات الأجنبية في هذا الشأن.

لكن تجدر ملاحظة أن ارتفاع متوسط دخل الفرد ليس عاملاً حاسماً في تفسير اختلاف أوضاع الدول العربية في مجال الاتصالات والمعلوماتية. فوضع ليبيا مثلاً يسترعى الانتباه في هذا المجال. فمتوسط دخل الفرد فيها قريب من نظيره في السعودية، ويصل إلى ٤,٤ ضعف نظيره في مصر؛ ومع ذلك فإن معظم المؤشرات الاتصالية والمعلوماتية أعلى في السعودية ومصر.

كما يلاحظ أن بعض الدول العربية مازالت بنيتها الاتصالية ضعيفة للغاية. فمتوسط عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات لكل مائة نسمة لم يزد على ١,٢٤ في السودان و١,٤٠ في جيبوتي، و٠,٧٢ في موريتانيا. وما زال عدد الحاسبات الشخصية لكل مائة نسمة أقل من ٥ في اثنتي عشرة دولة عربية. كما يقل عدد مستخدمي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة عن مائة مستخدم، أي يقل عن ١% من السكان في عشر دول عربية. وأخيراً فإن عدد مضيفي الإنترنت لا يزيد على مضيف واحد في دولتين (جيبوتي والعراق)، وهو أقل من ٥٠ مضيفاً في ست دول، وأقل من مائة مضيف في ثمانى دول. وعموماً فإن عدد مضيفي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة أقل من مضيف واحد في عشر دول.

جدول (٥) : المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية في الدول العربية في عام ٢٠٠٠

الدولة	عدد مضيئي الإنترنت	عدد مضيئي الإنترنت لكل عشرة آلاف	عدد مستخدمي الإنترنت بالآلاف	عدد مستخدمي الإنترنت لكل عشرة آلاف	عدد الحاسبات الشخصية بالآلاف	عدد الحاسبات الشخصية لكل ١٠٠	عدد الخطوط الرئيسية بالآلاف	عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات لكل ١٠٠	متوسط دخل الفرد بالدولار (٩٩)
الأردن	٩٠٧	١,٣٦	١٢٧,٣	١٩٠,٨٧	(٩٩)٩٠	١,٣٩	٦٢٠	٩,٢٩	١١٥٠
الإمارات	٤٢٩٦٢	١٧٦	٧٣٥	٣٠١١	(٩٩)٣٠٠	١٢,٥١	١٠٢٠	٤١,٧٩	١٩٧٥٠
البحرين	٥٣	٠,٧٧	٤٠	٥٨٤,١٩	(٩٩)٩٣	١٣,٩٨	١٧١	٢٤,٩٧	١٠١٩٢
تونس	٢٦	٠,٠٣	١٠٠	١٠٤,٣٢	(٩٩)١٤٥	١,٥٣	(٩٩)٨٥٠	٨,٩٩	٢٢١٦
الجزائر	٣٤	٠,٠١	٥٠	١٥,٨٩	(٩٩)١٨٠	٠,٥٨	١٣٦٨	٥,٦	١٣٦٨
جيبوتي	١	٠,٠٢	(٩٩)٠,٨	١١,٩٢	(٩٩)٦	٠,٩٥	(٩٩)٨,٨	١,٤٠	٨٤٦
السعودية	٣٧٤٥	١,٧٣	٢٠٠	٩٢,٥٦	(٩٩)١٢٠٠	٥,٧٤	٢٩٦٤,٧	١٣,٧٢	٦٦٦٠
السودان	-	-	١٠	٣,٢٢	(٩٩)٨٥	٠,٢٩	٣٨٦,٨	١,٢٤	٦١٧
سورية	٩	٠,٠١	٣٠	١٨,٥٣	(٩٩)٢٣٠	١,٤٣	١٦٧٥	١٠,٣٥	١١٣٤
الصومال	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠
العراق	١	-	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	(٩٩)٦٧٥	٣,٠١	٠٠٠
عمان	٢٩٠٨	١١,٤٦	٩٠	٣٥٤,٥٩	(٩٩)٦٥	٢,٦٤	٢٢٥,٤	٨,٨٨	٦٤١٨
فلسطين	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠	٠٠٠
قطر	٢٢٥٥	٣٧,٦٨	٣٠	٥٠١,٢٩	(٩٩)٨٠	١٣,٥٨	١٦٠,٢	٢٦,٧٧	١٦١٥٧
الكويت	٣٣٦٠	١٧,٥٥	١٥٠	٧٨٣,٥٣	(٩٩)٢٣٠	١٢,١٣	٤٦٧,١	٢٤,٤٠	١٥,٨٧٤
لبنان	-	-	٣٠٠	٥٨٥	(٩٩)١٥٠	٤,٦٤	(٩٩)٦٥٠	٢٠,٠٩	٤٩٨٠
ليبيا	٢٩	٠,٠٥	(٩٩)٧	١٢,٧٩	٠٠٠	٠٠٠	(٩٩)٥٥٠	١٠,٠٥	٦٢٧١
مصر	٢٢٤٠	٠,٣٥	٤٥٠	٧٠,٨٩	(٩٩)٧٥٠	١,٢٠	٥٤٨٣,٦	٨,٦٤	١٤٢٤
المغرب	١٨٥٨	٠,٦٦	١٠٠	٣٥,٢٧	(٩٩)٣٠٠	١,٠٨	١٤٢٥	٥,٠٣	١٢٥٦
موريتانيا	١٢٠	٠,٤٥	(٩٩)١٢,٥	٤٨,٦٣	(٩٩)٧٠	٢,٧٢	١٩	٠,٧٢	٣٦٨
اليمن	٥٣	٠,٠٣	١٩	١٠,٣٥	(٩٩)٣٠	٠,١٧	٤١٧	٢,٢٧	٣٨٤

المصدر: البيانات مستخرجة من (ITU)

جدول (٦): مؤشرات غير مباشرة للتجارة الإلكترونية في الدول العربية مجتمعة مع المقارنة ببعض دول الجوار في عام ٢٠٠٠

الدول العربية	إسرائيل	إيران	تركيا	
٦.٥٧٠	١٨٠.٢٦٣	١٦٩٠	٦٩٩٢٣	١ - عدد مضيقي الإنترنت
٠,٢٢	٢٨٧,٥٢	٠,٢٧	١٠,٦٤	٢ - عدد مضيقي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة
٢٤٥١	١١٠٠	٢٥٠	٢٠٠٠	٣ - عدد مستخدمي الإنترنت بالآلاف
٨٧,٥	١٧٥٤	٣٩,٢٧	٣٠٤,٤١	٤ - عدد مستخدمي الإنترنت لكل عشيرة آلاف نسمة*
٤٠٠٤	١٥٩٠	(٩٩)٣٥٠٠	٢٥٠٠	٥ - عدد الحاسبات الشخصية بالآلاف
١,٤٣	٢٥,٣٦	٥,٥٨	٣,٨١	٦ - عدد الحاسبات الشخصية لكل مائة نسمة*
١٩١٣٦,٦	٢٩٠٠	٩٤٨٦,٣	١٨٣٩٥	٧ - عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات بالآلاف
٦,٨٣	٤٦,٢٥	١٤,٩٠	٢٨	٨ - عدد الخطوط الرئيسية للتليفونات لكل مائة نسمة*
(٩٨)٢٢٢٠	١٦٢٢٨	٣٨٠٢	٣٥٠٣	٩ - متوسط دخل الفرد بالدولار (١٩٩٩)
%٤٠,٣	%٤,٣	%٢٥,٤	%١٦	١٠ - الأمية ١٥ سنة فأكثر (١٩٩٨)
%٨٦,٤	...	%٩٠,٠	%٩٩,٩	١١ - معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي (١٩٩٧)
%٦١,٧	...	%٨١,٢	%٥٨,٤	١٢ - معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي (٩٧)
...	%٢٧	%٣٦	%٢٢	١٣ - نسبة طلاب العلوم في التعليم العالي (٩٥ - ٩٧)
%٥,٤	%٧,٦	%٤	%٢,٢	١٤ - الإنفاق على التعليم كنسبة من الناتج القومي (١٩٩٥ - ١٩٩٧)

المصادر: UNDP 2000 & ITU

* محسوب من البيان في السطر السابق وإجمالي عدد السكان الوارد في (ITU) ويبلغ ٢٨٠ مليون نسمة في عام ٢٠٠٠.

وتبرز المقارنة بين الدول العربية في مجموعها ودول الجوار: إسرائيل وإيران وتركيا، في جدول (٦) أن:

(١) عدد مضيبي الإنترنت في الدول العربية مجتمعة لا يزيد على ثلث العدد المتاح لدى إسرائيل، كما أنه يقل عن العدد المتاح لدى تركيا. وبطبيعة الحال فإن الوضع أسوأ كثيراً عندما تتم النسبة لعدد السكان. فعدد مضيبي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة لا يزيد على ٠,٢٢. وهو قريب من المعدل الإيراني، ويقل كثيراً عن المعدل التركي. ولا مجال لمقارنته بالمعدل الإسرائيلي (٢٨٧ مضيبي لكل ١٠٠٠٠ نسمة).

(٢) وفيما يتعلق بعدد مستخدمي الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة، فإن وضع الدول العربية أفضل من إيران (أكثر من الضعف)، ولكنه أسوأ بالنسبة لتركيا (٢٨% فقط من المعدل التركي)، وأسوأ كثيراً بالنسبة لإسرائيل (٥٥%) من المعدل الإسرائيلي.

(٣) ويقل عدد الحاسبات لكل مائة نسمة في الوطن العربي عن مستواه في دول الجوار الثلاث. فهو لا يزيد على ٣٧% من المعدل التركي و٢٦% من المعدل الإيراني، و٥٥,٦% من المعدل الإسرائيلي.

(٤) وتتكرر الصورة ذاتها فيما يتعلق بعدد الخطوط التليفونية لكل مائة من السكان. فالمعدل العربي في حدود ٤٦% من المعدل الإيراني، و٢٤% من المعدل التركي، و١٥% من المعدل الإسرائيلي.

ويفسر انخفاض متوسط دخل الفرد جانباً من تأخر الوطن العربي في مجموعة في مجال المعلوماتية والاتصالات. فالمتوسط العربي حوالى ثلثي المتوسط في تركيا وإيران، ولا يزيد على ١٤% من نظيره في إسرائيل. كما يفسر الجانب الآخر من هذا التأخر ارتفاع مستوى الأمية (٤٠% من السكان ١٥ سنة فأكثر، وهو عشرة أمثال المعدل الإسرائيلي، و٢,٥ مثل المعدل التركي، و١,٦ مثل المعدل الإيراني)، وانخفاض مستوى الالتحاق بالتعليم الابتدائي والثانوي، وانخفاض نسبة الإنفاق على التعليم إلى الناتج القومي (بالنسبة لإسرائيل فقط، حيث يزيد المعدل العربي قليلاً على المعدل الإيراني، ويبلغ أكثر من ضعف المعدل التركي).

وطبقاً لمؤشر مجتمع المعلوماتية (ضمان الاستثمار) الذي تصدره جريدة الأبحاث العالمية الأمريكية بالتعاون مع مؤسسة IDC لقياس مدى تقدم الدول المختلفة على طريق إرساء البنية الأساسية للمعلوماتية ومدى قدرتها على استيعاب التطورات المستجدة في تكنولوجيا المعلومات، ومن ثم في تهيئة الظروف المناسبة لممارسة التجارة الإلكترونية، كان وضع الدول العربية كالتالي^٥:

(١) من بين ٥٥ دولة مشمولة بالبحث، ومرتبّة تنازلياً حسب مدى تقدمها في بناء مجتمع المعلومات، لم تظهر سوى أربع دول عربية، وهي الإمارات والسعودية والأردن ومصر.

(٢) ظهرت الإمارات ضمن المجموعة الثانية، والتي يطلق على أعضائها "سريعو الخطى".

(٣) وجاءت السعودية ضمن المجموعة الثالثة التي يطلق على أعضائها "المتأهبون"، أي الدول التي قطعت شوطاً لا بأس به في إرساء البنية

^٥ يعتمد ترتيب الدول الداخلة في المؤشر على مدى تقدمها بالنسبة لأربع مجموعات من المؤشرات الفرعية، وهي:

أ - مؤشرات لمكونات البنية الأساسية للحاسبات مثل عدد الحاسبات ونسبتها إلى عدد السكان، وتقسيم استخدامات الحاسبات بين خاص وتجاري وتعليمي وحكومي، ووجود الشبكات، وحجم الإنفاق على تطوير البرمجيات وعلى صناعة الحاسبات.

ب - مؤشرات لمكونات البنية الأساسية لشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) من حيث حجم التجارة الإلكترونية وعدد مستخدمي الإنترنت لأغراض شخصية أو لأداء الأعمال أو للتعليم.

ج - مؤشرات لمكونات البنية الأساسية للمعلوماتية من حيث عدد خطوط التليفونات وكلفة المكالمات المحلية والدولية وعدد أجهزة التليفزيون والراديو والفاكس والتليفونات المحمولة وما إلى ذلك.

د - مؤشرات لمكونات البنية الاجتماعية لمجتمع المعلومات مثل عدد الملحقين بالمدارس الثانوية العامة والمهنية وعدد قراء الصحف ودرجة توافر الحريات المدنية.

الأساسية لمجتمع المعلومات، ولكن لم تزل لديها معوقات اقتصادية واجتماعية وسياسية تقوم ببذل الجهود للتغلب عليها.

(٤) وظهرت الأردن ومصر في المجموعة الرابعة (قبل الأخيرة) التي يطلق على أعضائها "المتمهلون". وتشتمل هذه المجموعة على الدول التي أخذت قراراً بالمضى في تأسيس مجتمع المعلومات، ولكن خطواتها في هذا الشأن بطيئة نظراً لشح الموارد، لاسيما الموارد المالية، وارتفاع عدد السكان.

وفيما يتصل بالتهيؤ عربياً لعصر التجارة الإلكترونية، أعلن مجلس الوحدة الاقتصادية العربية (الأهرام ٢٠٠١/٥/١٤) عن الانتهاء من إعداد مشروع لإنشاء أكاديمية عربية للتجارة الإلكترونية تتولى تدريب الكوادر وإعدادها وتأهيلها في جميع المجالات المرتبطة بالأعمال الإلكترونية. وضمن أهداف المشروع تزويد سوق العمل في الدول العربية باحتياجاتها من التخصصات الفنية والعلمية والاقتصادية، خاصة في مجال التجارة الإلكترونية. وسوف تتألف الأكاديمية من عدد من الكليات والمعاهد المتخصصة، والتي ستمنح الدرجات العلمية الجامعية بالتنسيق مع الجامعات ومراكز البحوث العلمية المختلفة.

التوقعات

ثمة توقعات بالتوسع في التجارة ما بين الشركات (B2B) فيما بين الدول العربية بعضها وبعض من جهة، وفيما بين الدول العربية والخارج من جهة أخرى. ويرى البعض أنه يمكن تنشيط عمليات التصدير باستخدام أدوات التجارة الإلكترونية تنشيطاً ملموساً، خاصة في مجال التعريف بالمنتجات وترويج مبيعاتها والسير في عمليات التفاوض والتعاقد. أما في مجال التجارة بين الشركات والمستهلكين (B2C)، فمن المشكوك فيه حدوث نمو كبير، حيث تجعل بعض العادات والأعراف السائدة في مصر وبعض الدول العربية من الصعب التخلي عن أسلوب التعامل المباشر وجها لوجه بين البائع والمشتري، والتضحية بالفرصة التي يتيحها لمعاينة البضاعة على الطبيعة، سواء لتفادي احتمالات الغش أم لكون التسوق المباشر تسليية أو متعة في حد ذاته.

من جهة أخرى، إذا كانت الضمانات لا تتوافر للمستهلك بدرجة كافية فسي
التجارة التقليدية (البضاعة المباعة لا ترد ولا تستبدل - الزبون ليس دائماً على حق..
الخ)، فما بالك بأثر عدم توافرها على نمو التجارة الإلكترونية.
وعموماً، لا ينتظر حدوث توسع كبير في الأجل القصير في أي من نوعي
التجارة الإلكترونية في الوطن العربي:

أ - وذلك نظراً لضعف البنية الأساسية في مجال الاتصالات والمعلوماتية التي
عرضنا لعدد من مؤشراتنا في الدول العربية في هذا القسم من الدراسة.
ب - وكذلك لتأخر غالبية الدول العربية في اتخاذ إجراءات تهيئة البيئة القانونية
والمصرفية. وذلك بإدخال بما يلزم من التعديلات والتطويرات الضرورية
لشيوخ الأمان والثقة والاستقرار لدى المتعاملين في الأسواق الإلكترونية.
وذلك بالطبع فضلاً عن الأسباب المرتبطة بانخفاض مستوى الدخل والتعليم،
وعدم توقع إنجاز ملموس فيهما في الأجل القصير.

وهذان الأمران يطرحان مسألة المتطلبات اللازمة لقيام تجارة إلكترونية نشطة
من جهة، والمشكلات التي تعترض قيام التجارة الإلكترونية أو نموها السريع وسبل
تذليلها من جهة أخرى. وهذا ما سنتناوله في القسم التالي.