

دور التجارة الالكترونية في توسع مشروع الاقتصاد الافتراضي بالدول العربية

أ. خثير محمد، أستاذ محاضر، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة خميس مليانة

khathiri@yahoo.fr

أ. فرحي محمد، أستاذ مساعد، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة خميس مليانة

farhi20@gmail.com

أولاً: مشروع توسع أنشطة الاقتصاد الافتراضي

ثانياً: اسهامات التجارة الالكترونية في توسع الاقتصاد الافتراضي

ثالثاً: اتجاهات الدول العربية نحو التجارة الالكترونية

رابعاً: الصعوبات التي تواجه توسع الاقتصاد الافتراضي بالبلدان العربية

خامساً: تحديات وعقبات توسع الاقتصاد الافتراضي في الجزائر

مقدمة

إن الاقتصاد الافتراضي هو عملية تحول واسعة النطاق من الاقتصاد الحقيقي التقليدي إلى نمط جديد يكافئ معطيات عصر التقنية والمعرفة وشروط العولمة، ويحقق التواصل الإيجابي بين مؤسسات الاعمال والمتعاملين الاقتصاديين.

وتقوم فكرة توسيع الاقتصاد الافتراضي على الركائز التالية:

- نقل كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية على شبكة الأنترنت.
- تحقيق حالة اتصال دائم بين مؤسسات الاعمال والمتعاملين الاقتصاديين مع القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية لهم.
- تحقيق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والانجاز في المعاملات الالكترونية.

أولاً: مشروع توسع أنشطة الاقتصاد الافتراضي

الاقتصاد الافتراضي هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات وبرمجيات الحاسب الآلي وتطبيقات ومحتويات تم إعدادها بهدف تطوير المعاملات الالكترونية، وتيسير تقديم الخدمات للمهتمين بهذا النوع، والتعامل بين قطاعات الأعمال المختلفة، الأمر الذي يحقق في النهاية قيمة مضافة من العمليات والأنشطة الالكترونية ودفع التنمية الاقتصادية.

1-1- متطلبات توسيع الاقتصاد الافتراضي:

هناك عدة متطلبات لتوسع الاقتصاد الافتراضي منها التقنية، التنظيمية، الإدارية، القانونية والبشرية لكننا نركز على أهم ثلاث متطلبات أشار إليها والخبراء في هذا المجال، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- حل المشكلات القائمة في الاقتصاد الحقيقي عبر الانتقال إلى الاقتصاد الافتراضي.

- حل مشكلات قانونية التبادلات الالكترونية وتوفير وسائلها التقنية والتنظيمية، حيث أن جميع المبادلات التي تتعامل بالنقود يجب وضعها على الأنترنت مثل إمكانية دفع الفواتير والرسوم المختلفة مباشرة على الأنترنت، وجعل هذه العملية بينية بمعنى أنها تتردد لتشمل كل من يقوم بأداء التعاملات مع المؤسسات الاقتصادية.

1 - إنشاء وسيط تفاعلي على الأنترنت يقوم بتفعيل التواصل بين المؤسسات الاقتصادية والمتعاملين معها ، بحيث يتم توفير المعلومات بشكل مباشر عن حالة أية عملية الكترونية تم تأديتها في وقت سابق.

هذا ومن الممكن أن يحقق الاقتصاد الافتراضي عوائد مهمة، ويوفر معلومات وخدمات أفضل في مجال التعاملات بين المؤسسات الاقتصادية والمتعاملين معها.

1-2- مراحل توسع الاقتصاد الافتراضي

هناك اتفاق بين المختصين أن تبني الاقتصاد الافتراضي وتوسعه له المراحل التالية(19):

أ-مرحلة نشر المعلومات :

في هذه المرحلة يقتصر نشاط الحكومة الإلكترونية على نشر المعلومات الحكومية من خلال وسيط إلكتروني غالباً في شكل مواقع على شبكة الإنترنت. وتشمل المعلومات عادة القوانين واللوائح والنماذج التي يحتاجها المتعاملون للحصول على خدمات الكترونية.

وتحقق هذه المرحلة فوائد إتاحة المعرفة للمتعاملين وتوفير الجهد والوقت بإمكانية الحصول عليها مباشرة من خلال شبكة الإنترنت من دون الحاجة إلى التردد على المؤسسات المختلفة، كما تضمن توحيد المعلومات ودقتها.

ب-مرحلة التفاعل:

في هذه المرحلة ينتقل الاقتصاد الافتراضي إلى إشراك المتعاملين في بحث ومناقشة القضايا ذات الأهمية وتستطلع آراءهم حول بدائل التعامل مع المشاكل التي قد تظهر عند التعامل ، وبذلك يتم الانتقال من الاقتصاد الحقيقي الى الاقتصاد الافتراضي ويتم ذلك بنشر عناوين الواب والبريد الإلكتروني للمؤسسات الاقتصادية. وبهذه الوسيلة يمكن للزبائن التعبير عن آرائهم وإبلاغ مقترحاتهم وكذا شكاواهم إلى المؤسسات الاقتصادية المعنية، كما تحصل هذه المؤسسات على ردود أفعال وتغذية راجعة من الزبائن.

ج-مرحلة التعامل:

في هذه المرحلة يمكن للزبون أو مؤسسات الأعمال أو أي شرائح مجتمعية أخرى مستهدفة أن تجري معاملات الكترونية من خلال مواقع على شبكة الإنترنت التي تتضمن وصلات مباشرة مع المتعامل المعني على مدار الساعة. وفي هذه المرحلة يستطيع الزبون إنهاء التعاملات الاقتصادية بسرعة ودقة وسرية مع المؤسسات الاقتصادية المعنية.

ثانيا: اسهامات التجارة الالكترونية في توسع الاقتصاد الافتراضي

استطاعت التجارة الالكترونية والتي تشكل بدورها احد إفرزات الاقتصاد الافتراضي أن تفرض حضورا بالغ الأهمية في هذا الوقت إلى جانب تقنية المعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطوير بيئة الأعمال وإحداث نقلة نوعية في مجال الاتصالات وتبادل المعلومات والذي امتد لكافة جوانب الحياة ليشمل كافة قطاعات الأعمال العامة والخاصة ، وفي ما يلي نحاول التعرف على ماهية التجارة الالكترونية من خلال العناصر التالية :

2-1-تعريف التجارة الالكترونية:

لقد ورد في موضوع التجارة الالكترونية عدة تعريفات وفي الحقيقة ليس هناك تعريف محدد لها حتى الآن بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات، ونعرض أهمها فيما يلي:

-التجارة الالكترونية هي مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات وبعضها البعض، وبين المشروعات و الأفراد وبين المشروعات والإدارة .(1)

-هي عملية البيع والشراء عبر الشبكات الالكترونية ،على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية .(2)

-التجارة الإلكترونية بمفهوم الأعمال هي محصلة تفاعل قدرة انترنت الاتصالية مع أنظمة المعلومات التقليدية، ويصبح مفهوم التجارة الإلكترونية بهذا المعنى واسعا يتضمن حزمة من الأدوات والعناصر ووسائل الاتصال والسلع والخدمات المعروضة والبائعين والمشتريين بطريقة غير مسبقة من حيث الشكل، لكنها امتداد وإعادة تشكيل للنشاط التجاري التقليدي، ولا تعني إعادة تنظيم كلي للنشاط التقليدي، بل التكيف للإفادة من الوسط الجديد. (3)

من خلال اطلاعنا على مختلف التعاريف السابقة فالتعرف الشامل الممكن أن نتبناه هو على النحو التالي:

التجارة الإلكترونية هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عن طريق بيانات ومعلومات تتساب عبر شبكة الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى منها شبكة الانترنت، التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز الكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق المعاملات التجارية، رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد، وقد انتشرت في السنوات القليلة الماضية في دول أوربا والولايات المتحدة الأمريكية عبر الشبكة العالمية حيث شوهد نمو متزايد في حجم التجارة الدولية الإلكترونية وزيادة نسب المعاملات.

ويمكن أن نقسم التجارة الإلكترونية إلى عدد من المعاملات حسب طبيعة المتعاملين: (5)

– تعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى: Business - To - Business (B2B)

– تعامل بين شركة تجارية وحكومة: Business - To - Government (B2G)

– تعامل بين شركة تجارية ومستهلك فردي: Business - To - Consumer (B2C)

– تعامل بين حكومة ومستهلكين: Government - To - Consumers (G2C)

– تعامل بين مستهلك ومستهلك: Consumer - To - Consumer (C2C)

كأن يقوم مستهلك ما ببيع سيارة مستعملة أو عقار أو أي سلعة أخرى إلى مستهلك آخر عبر الإنترنت.

– التجارة الإلكترونية داخل مجال الأعمال:

حيث يتم هنا استخدام نظم التجارة الإلكترونية داخلياً من خلال شبكة الإنترنت الخاصة بالعمل من أجل تقديم الخدمات للموظفين كبيع منتجات المنظمة أو المؤسسة للموظفين بأسعار مخفضة.

– التجارة الإلكترونية في غير مجال الأعمال:

حيث تقوم هنا بعض المعاهد والمنظمات غير الربحية باستخدام نظم وطرق التجارة الإلكترونية بهدف تحسين خدماتها للأعضاء.

2-2- علاقة التجارة الإلكترونية بالاقتصاد الافتراضي:

يعد الاقتصاد الافتراضي مفهوم واسع يشمل أي نشاط أو معاملات تتحقق بين أطراف متعددة عبر دهمها شبكة الانترنت كما أن مجال الاقتصاد الافتراضي هو مجال أوسع من التجارة الإلكترونية فيتخذ نشاط الاقتصاد الافتراضي الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والتجارية والخدمية كافة، بينما يقتصر مجال التجارة الإلكترونية على مجال البيع والشراء للسلع والخدمات عبر الإنترنت. ولقد أسهمت التجارة الإلكترونية في توسع الاقتصاد الافتراضي من خلال الأنشطة التالية(4):

- الإعلانات عن السلع والخدمات.
- توفير المعلومات عن السلع والخدمات.
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري.
- عقد صفقات وإبرام عقود.
- سداد الالتزامات المالية ودفعها .
- عمليات توزيع السلع وتقديم خدمات.
- تبادل البيانات الكترونيا .

2-3- الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية:

أ- على مستوى المؤسسات الاقتصادية:

- إن المؤسسات الاقتصادية إذا مارست التجارة الإلكترونية فستجني ما يلي:
- فتح أسواق جديدة ،لأن التجارة الإلكترونية تتيح فرصة النفاذ إلى الأسواق المحلية والعالمية وبتكلفة أقل.
- المساعدة على منح موقع تنافسي للمؤسسات الاقتصادية.
- تهيئة المؤسسات لمواكبة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومزاومة الشركات الأجنبية خاصة بعد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

ب- على مستوى المستهلكين:

- بجانب الفوائد والمزايا المتحصلة لقطاع الأعمال من استخدام التجارة الإلكترونية، فإن المستهلك له أيضا نصيب من التجارة الإلكترونية إذا كان مستهلكا إلكترونيا عبر شبكة الإنترنت. وتتمثل أبرز هذه الفوائد في الآتي:(17)

- سرعة وسهولة التسوق: حيث يكون لدى المستهلك نطاقا أوسع للتسوق عبر شبكة الإنترنت، وعلى مدار الساعة، وفي أي يوم يريد، وأي مكان على سطح الأرض. فأى شخص لديه حاسب آلي ومتصل بالإنترنت فإن بإمكانه أن يصبح مستهلكا عالميا، وهو في منزله، وما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع التجارية الإلكترونية المفتوحة عبر الإنترنت.

- **تعدد الخيارات:** توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكان الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك. فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الإنترنت. بينما في حالة التسوق التقليدي فإن المستهلك ليس أمامه إلا المنتجات المعروضة في الأسواق التقليدية، ويتعذر عليه البحث في أسواق أخرى لعدم توفر المعلومات لديه عن الأسواق الأخرى وكذلك لارتفاع تكاليف البحث والحصول على المنتج.

- **انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج:** في ظل تعدد وتنوع المنتجات في المواقع التجارية الإلكترونية فإن المستهلك سوف يبحث عن المنتج الأقل سعرا والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك في نهاية الأمر اختيار أفضل العروض. في حين أن الأمر أصعب في حالة التجارة التقليدية لأنه يتطلب زيارة كل موقع جغرافي من أجل مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات. إضافة إلى ذلك، فإن أسعار المنتجات في التجارة الإلكترونية تكون أقل عن مثيلاتها في التجارة التقليدية نتيجة لانخفاض التكاليف الإدارية التي يتحملها المنتجون، وهذا من شأنه خفض أسعار المنتجات المعروضة في المواقع التجارية في الإنترنت. ومن ناحية أخرى، يتميز المستهلك الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت بسرعة حصوله على المنتج الذي قام بطلبه وشرائه إلكترونيا، لاسيما إذا كانت منتجات خدمية أو منتجات قابلة للتحويل إلى منتجات رقمية مثل الكتب والأبحاث والمجلات وبرامج الحاسب الآلي والمواد الصوتية والفيديوغرافية وغيرها، حيث يتم الحصول على هذه المنتجات خلال ثوان بعد إتمام عملية الشراء من الموقع. كذلك فإن الحصول على المنتجات غير الرقمية يتم بطريقة أسرع مما لو تم الطلب بالطرق التقليدية، لأن عملية الطلب والمدفوعات وكافة المعلومات المتعلقة بالطلب تتم بطريقة إلكترونية مما يمكن المنتج من إرسال الطلب بسرعة وسهولة إلى المشتري، بينما يستغرق الأمر أسابيع وربما أشهر إذا تم الطلب تقليديا.

- **سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:** حيث توفر الإنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات لدى المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي لدى جمهور المستهلكين، في حين أن هذا قد يكون متعذرا أو يتطلب وقتا وجهدا أطول في عالم التجارة التقليدي.

ثالثا: اتجاهات الدول العربية نحو التجارة الإلكترونية

لقد ورد في إحدى التقارير الاقتصادية تحذيرا لأنظمة التجارة العربية يقول: "أنه يجب أن يعلم رجال العالم العرب، بأن التجارة الإلكترونية لن تكون ضمن جهاز الكمبيوتر ولكنه في غضون سنين سيكون التلفاز الرقمي والجيل الثالث من الأجهزة النقالة (الهاتف المحمول)، ستكون قنوات فعالة

لانتشار استخدام الانترنت مما يعني قفزة كبيرة في إعداد المستخدمين وحجم التجارة الالكترونية ويجب أن ننص أيضا أن الكثير من الشركات الأجنبية موجودة على الأرض الآن ولكنها جعلت أدواتها التسويقية والخدمية واتصالاتها الرئيسية عبر الانترنت فنحن لا نطالب بإلغاء الشركات الموجودة، فوجودها مهم ولكن يجب حثها على أن تجعل التجارة الالكترونية قاعدة أساسية إستراتيجية لتجارتها المحلية والعالمية والمستقبلية، فهل سيكون للتجارة العربية نصيب من التجارة الالكترونية (6)".

وهذا ما سنحاول الإجابة عنه في هذا الجزء من الدراسة خلال إبراز حجم استخدام الانترنت في الوطن العربي وأهم التحديات التي تواجه الدول العربية في القيام بأعمالها ومعاملاتها التجارية الكترونيا .

3-1- واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية :

تختلف صورة التجارة الإلكترونية في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم ، إذ نجد العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية، حيث نجد أن معظم الدول العربية ما زالت متخلفة عن ركب التعاملات الإلكترونية، وأن إجمالي الإنفاق العربي لا يزيد عن (95) مليون دولار سنوياً عبر التجارة الإلكترونية، وأن أكثر المتعاملين بالتجارة الإلكترونية تتركز مشترياتهم في شراء برامج وأجهزة الحاسب الآلي بنسبة تزيد عن 70%، بينما تتوزع النسبة الباقية على الكتب والهدايا، وكما أن 80% من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية وذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الإنترنت. (8) وعلى الرغم من التأخر النسبي للتجارة الإلكترونية في الوطن العربي قياساً بالدول المتقدمة، إلا أن بعضاً منها قد شهدت بعض التجارب المتواضعة في مجال النشاط التجاري الإلكتروني، حيث قامت بعض القطاعات بتطبيق الخدمات الإلكترونية واعتمدها منذ أعوام، مثل قطاع النفط والبتروكيماويات والغاز والمناجم والتعدين. ومن أبرز الشركات العربية التي تستخدم حالياً أنظمة التجارة الإلكترونية في أقسام المبيعات فيها فضلاً عن أقسام أخرى توازيها أهمية مثل المشتريات وتنمية الأعمال وتنفيذ العقود والتسويق عبر الإنترنت هي شركة أرامكو (ARAMCO) والتي قدمت نموذجاً جيداً في قسم المبيعات عبر الإنترنت

(IPPS: International Petroleum Products Sales).

أما في بلد عربي كبير مثل مصر، فقد تم إنشاء عشرة مواقع ظهرت عام 1998 لتقديم بعض التعاملات التجارية من خلال الإنترنت وازداد هذا العدد ليصبح 184 عام 2000. إلا أن عدد المواقع التي تقوم فعلاً بالبيع يتراوح بين 10 - 20 موقعاً⁽⁹⁾ وبالنسبة لواقع التجارة الإلكترونية في تونس، فلقد ازداد اهتمام الحكومة التونسية في هذا المجال حيث تم تشكيل اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية تحت إشراف وزارة تكنولوجيا الاتصال ووزارة التجارة عام 1997. وقد تم اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتمكين المؤسسات التونسية من الاستفادة من التجارة

الإلكترونية وفتح الآفاق أمامها لاقتحام هذا النوع الجديد من التجارة حيث تمحورت هذه الإجراءات حول(10):

- تسهيل عمليات التصدير باستخدام تقنيات الاتصال الجديدة.
- إنجاز تجربة نموذجية للتجارة الإلكترونية.
- وضع إطار قانوني ملائم (القانون رقم 83 لعام 2000 المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية).
- تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات التونسية.
- وقد تمكنت تونس من تحقيق بعض الإنجازات في هذا المجال مثل:
- كإحداث وسيلة دفع إلكترونية (الدينار الإلكتروني) والذي أسهم في تنمية التجارة الإلكترونية بمختلف أشكالها.
- دفع فواتير الماء والكهرباء عبر الإنترنت.
- وبالعودة إلى دولة الإمارات العربية المتحدة التي ذكرناها سابقاً بأنها احتلت المرتبة الأولى عربياً والمرتبة 22 عالمياً بعدد مستخدمي الإنترنت بالنسبة لإجمالي عدد السكان، فقد ازداد معدل مستخدمي الإنترنت بنسبة 57 % سنوياً. (12)

3-2- لماذا لم تنتشر التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

- إن واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الذي مازال لم يبرح درجة الصفر يعكس أحد صور التخلف الاقتصادي وبالتالي عدم مسايرة الواقع العالمي وتكنولوجيا المعلومات ومرد ذلك يرجع للكثير من الأسباب التي جعلت الجزائر لا تلتحق بالركب العالمي في مجال الانترنت وبالتالي ممارسة التجارة الإلكترونية نلخصها في ما يلي :
- انتشار الجهل والأمية حيث تؤكد الإحصائيات الرسمية وجود أكثر من سبعة ملايين أمي في الجزائر حتى سنة 2002 وهذه الفئة تشكل قرابة ربع سكان الجزائر وهي لا تعي شيئاً عن الانترنت وبالتالي عن التجارة الإلكترونية .
 - قلة مستعملي الإنترنت بسبب الأمية من جهة ولارتفاع تكلفة استعمالها من جهة أخرى، بحكم عدم وجود المنافسة في قطاع الاتصالات بالصورة المطلوبة.
 - عدم اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بالانترنت بالشكل المطلوب.
 - عدم مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات الحديثة فيما يخص وسائل الدفع الإلكترونية حتى تستعملها في مجال التجارة الإلكترونية.
 - عدم تناول هذا الموضوع بالدراسة والدعاية حتى يعرف من يجمله بوجوده.

رابعاً: الصعوبات التي تواجه توسع الاقتصاد الافتراضي بالبلدان العربية

يمكن حصر أهم هذه الصعوبات في النقاط التالية: (13)

- غياب منظومة قانونية تحكم التعاملات الإلكترونية.

- غياب عنصر الأمان الذي يؤدي إلى إحجام عن كشف معلوماته الخاصة كرقم بطاقة الائتمان وغيرها .
- الافتقار إلى حضور البنوك وخدماتها في فضاء الواب وكذا انخفاض نسبة ملكية البطاقات الائتمانية والإجراءات التي تتبعها بعض البنوك قبل منح هذه البطاقات مثل المطالبة بإيداعات نقدية مساوية للقف الائتماني للبطاقة ، مما يحد بالتالي من انتشارها .
- عدم إتباع شركات التخليص والشحن سياسة الدفع عند التسليم .
- بطئ الشبكة أو الجهاز المزود الذي يعتبر عامل يجعل من عملية التنقل في المواقع عملية مملة وشاقة.
- أحادية اللغة المستخدمة في معظم المواقع " الانجليزية" خاصة إذا عرفنا أن البلدان العربية بها نسبة معتبرة من الأشخاص الأميين من جهة ومن جهة أخرى تأتي عدة لغات أجنبية كلغة ثانية بعد العربية منها الانجليزية ،الفرنسية والايطالية ...
- نقص الوعي وغياب محاولات التوعية حول أهمية الاقتصاد الافتراضي والتجارة الالكترونية للأفراد والمؤسسات الاقتصادية ، فقاعدة المستهلكين للمعاملات الالكترونية محدودة بالنسبة لإجمالي عدد السكان، بالإضافة إلى ارتفاع مستوى الأمية بين السكان في الوطن العربي التي بلغت عام 2001 (38%) (14).
- ضعف أنشطة البحوث والتطوير، حيث تدل المؤشرات على تدني مستويات القدرة العلمية والتكنولوجية للدول العربية مع تواضع أعداد العلماء والباحثين العرب ،حيث إن موازنة البحوث العلمية والتكنولوجية لا تتجاوز 0.07 % من إجمالي الناتج القومي العربي .(15)
- خامسا: تحديات وعقبات توسع الاقتصاد الافتراضي في الجزائر**
- رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان الاقتصاد الافتراضي التي صارت تنافس الاقتصاد الحقيقي من حيث الحجم والتي يتوقع الخبراء أن تتجاوزها خلال السنوات القادمة في ظل نسب النمو العالية التي يسجلها الاقتصاد الافتراضي، إلا أن الجزائر لم تسن لحد الآن قانونا خاصا بالتجارة الالكترونية والذي يعتبر مدخل للاقتصاد الافتراضي رغم الحديث عن تدارك هذا الأمر خلال تعديل القانون المدني الذي من المنتظر أن يفرد لها مواد خاصة بها تحددتها وتضبط قواعدها، ومع ذلك فقدت سنت الجزائر بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي قد تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الالكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنت .
- كما تقف عدة عقبات في وجه تطور الاقتصاد الافتراضي في الجزائر ومن أهمها:
- قلة حضور البنوك الجزائرية في صفحات الانترنت وتخوف بعضها من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام.
- عدم تبني الحكومة الجزائرية إستراتيجية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات واعتمادها على العمل اليدوي والبيروقرطي.

- تخلف البنية التحتية للاتصالات في الجزائر ، حيث مازالت الدولة تعاني من جملة مشكلات من حيث الثمن المرتفع نسبيا لموجات التردد وبطء الانترنت .
- يلعب العامل القانوني دورا مهما في وجه تطور أنشطة الاقتصاد الافتراضي، حيث هناك غياب في التشريعات المناسبة والمتخصصة حول تنظيم عمل الأعمال الالكترونية، وبشكل أساسي المتعلقة بالتحويلات المصرفية أو الحماية أو منع الغش والتزوير والسراقات الالكترونية.
- ضعف أنشطة البحوث والتطوير ، حيث تدل المؤشرات على تدني مستويات القدرة العلمية والتكنولوجية للدول العربية بما فيها الجزائر مع تواضع أعداد العلماء والباحثين .
- نقص الوعي وغياب محاولات التوعية حول أهمية الاقتصاد الافتراضي للأفراد والمؤسسات الاقتصادية معا.
- قلة عدد الاختصاصيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في هذا المجال .

خاتمة

أمام واقع ومفردات عصر التقنية العالية ، ونماء استخدام وسائل التقنية ، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومرتكزا ومحددا للتطور ، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية ، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ، ودخول الشركات الأجنبية الأسواق العربية كجهات منافسة حقيقية ولما توفره التجارة الالكترونية من تسهيل عمليات التنافس إذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها ، فان تجاهلها - عوضا عن انه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك أدواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعدو مغالاة في المحافظة على الأنماط التقليدية، فالأنماط التقليدية للتجارة وان كانت لا تزال هي القائمة ، فان بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو استخدام الوسائل الالكترونية ، فإذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن ، فإنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي ، مما يجعل تجاهل التجارة الالكترونية في هذا المثال ، امتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلا هذه المؤسسات . ونفس القول يرد على كافة القطاعات ، أليس نشاط الشحن البحري مثلا ينفذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية ، هل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لم تتم أتمنته وتحوله إلى الأنماط التقنية . إن العالم الذي يتجه إلى إحلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الإنساني ، وبشكل رئيس ، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة ، سيضع التجارة الالكترونية موضوعا على رأس موضوعات أجندة التطور والتنمية ، لهذا كله ، يعدو تجاهل التجارة الالكترونية أمرا غير متناسب مع رغبتنا في التعامل مع الإفرازات الايجابية لعصر تقنية المعلومات وامتلاك وسائل مواجهة الآثار السلبية وإفرازات عصر العولمة . والتكلم عن مشروع توسع الاقتصاد الافتراضي في الدول العربية، جعلنا نصل إلى النتائج والاقتراحات التالية:

-إن التحول إلى الاقتصاد الافتراضي وعلى خلاف ما يعتقد الكثيرون ليس قضيه تقنيه وحسب أساسها الحاسبات الآلية وشبكه الانترنت وشبكات الاتصالات وغيرها من الجوانب الفنية على أهميتها، ولكنها وفي الدرجة الأولى قضيه إدارية في الأساس تعتمد على فكر إداري متطور وقيادات إدارية واعية تستهدف التطوير وتسانده وتدعمه بكل قوه حتى تحقق أهداف التنمية الاقتصادية وتحل المشاكل التي يواجهها الاقتصاد الافتراضي وبالتالي خدمه المستفيدين وتحقيق رغباتهم مع الالتزام بأعلى مستويات الجودة والإتقان في العمل.

-إن التحول إلى الاقتصاد الافتراضي علميه شاقه تعتمد أساليب علميه وتقنيات تتطلب خبرات وتخصصات رائده، كما تستغرق وقتاً في الإعداد والتخطيط ينبغي أن تتيح القيادات الإدارية العليا بصبر وتوفر للقائمين عليها الإمكانات المادية والمالية اللازمة وفق المقومات الموضوعية المقررة في تلك المشروعات.

-إن تطبيق الاقتصاد الافتراضي بما يتضمنه من استخدام كثيف لتقنيات الاتصالات والمعلومات يتيح فرص تطبيق نظم الإدارة الحديثة المعتمدة على برمجيات تحقق التكامل بين أجزاء و فعاليات المنظمة الواحدة، بما يمنع التناقض بينها ويحقق استكمال متطلبات الأداء عالي الجودة والكفاءة.

-إن التعامل مع المؤسسات الاقتصادية الكترونياً عبر شبكه الانترنت يفرض توفر آلية للدفع الإلكتروني أيضاً لاستخدامها في سداد الرسوم المفروضة للحصول على الخدمات المختلفة، وذلك من خلال تيسير وتعميم إصدار بطاقات الدفع الإلكترونية عن طريق البنوك وهيئه البريد والمؤسسات المالية والشركات التجارية وغيرها، وقبولها في سداد رسوم الخدمات وشراء المنتجات عبر شبكه الانترنت.

-وثمة ملاحظه مهمه، أن التعامل مع شبكه الانترنت للحصول على الخدمات الالكترونية وشراء المنتجات التي تطرحها شركات الأعمال بأسلوب التجارة الإلكترونية يقتضي من الزبون معرفه طرق التعامل وامتلاك حاسب آلي، ومن ثم يفترض فيه معرفه القراءة والكتابة، ومن هنا يمثل المواطنون الذين يعانون من الأمية أو عدم امتلاك حاسبات شخصيه مشكله ينبغي التصدي لها. ويمكن حل هذه المشكله عن طريق تيسير إنتاج وبيع حاسبات آلية بأسعار معقولة، مع اتصافها بالموصفات المناسبة لتجعلها مفيدة لمن يمتلكونها.

-أهمية أن تبدأ مؤسسات التعليم الجامعي وما قبل الجامعي في تطوير مناهج وتقنيات التعليم لتكوين الطلاب تكويناً يتفق ومعطيات العصر الإلكتروني الذي نعيشه، وإعداد الخريجين القادرين على التعامل مع تقنيات الاتصالات والمعلومات، ومن ثم التوافق مع متطلبات سوق العمل وتوفير الخبرات اللازمة

لمؤسسات الأعمال ومنظمات المجتمع جميعها في سعيها للأخذ بتقنيات الاتصالات والمعلومات والتحول إلى منظمات تعيش العصر الإلكتروني.

المراجع:

- 1-مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية -دراسة مقارنة-، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص.12
- 2-تقرير لمركز المعلومات التابع لمجلس الوزراء في مصر تحت عنوان (مقترح المبادرة المصرية للتجارة الإلكترونية) ص.10
- 3-عدنان الحسيني، التجارة الإلكترونية جولة في المواقع، لجنة التجارة الإلكترونية، جمعية انترنت المصرية، 1999
- 4-العياش نعمان، دراسة بعنوان التجارة الإلكترونية أداة منافسة الأسواق العالمية، 2000
- 5-رضوان رأفت، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، 1999، ص.14
- 6- التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات – الآمال ، د/عابد العبدلي، مقال منشور على الموقع: www.drabid.net/ecommerce3.htm
- 7-عمر عدنان العوبثاني في تقريره "العرب والتجارة الإلكترونية ومخاوف الدوت كوم"، منشور بالملحق الاقتصادي لجريدة الخليج الامارتية، العدد8116، ص.2001
- 8-عبد المحسن توفيق محمد، التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2004.
- 9-مجلة تشرين، العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (27) العدد(04)، 2005، ص.75.
- 10-www.managementforum.org.sa.
- 11-فريدكورتل، مقال بعنوان واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة سكيكدة، الجزائر .
- 12-التقرير الاقتصادي العربي الموحد، لعام 2003.
- 13-www.albasebat.com