

متطلبات الأعمال الالكترونية في العالم العربي بين الواقع وضرورة التحسين

د. رشيد فراح *

د. كريمة فرحي **

Résume:

This study aims to study and analyze of various dimensions of electronic business (e - business), and the reality of the needs of e-business in the Arab world, and the obstacles which face the e-business in Arab countries in general.

The study concludes that the e-business in Arab countries currently is facing the challenges of political, legal, economic and social obstacles Prevent the spread of e-business in many Arab countries. The study reached to the suggestions and recommendations which aims to improve e-business requirements in the Arab countries in order to benefit from the advantages offered by this e-business to institutions.

Keywords: e-business, the Arab world, Information Technology and Communication, the knowledge economy.

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل انتشار الأعمال الإلكترونية في الكثير من الدول الأبعاد المختلفة للأعمال الالكترونية وواقع العربية. وتوصلت الدراسة إلى مقترحات وتوصيات متطلبات الأعمال الالكترونية في العالم العربي، تهدف إلى تحسين متطلبات الأعمال الالكترونية في والعقبات التي تواجه انتشار الأعمال الالكترونية في الدول العربية بهدف الاستفادة من المزايا التي تقدمها للمؤسسات.

وتخلص الدراسة إلى أن الأعمال الإلكترونية في الدول العربية تواجه حاليا تحديات وعقبات سياسية، قانونية، اقتصادية واجتماعية تحول دون الكلمات المفتاحية: الأعمال الالكترونية، العالم العربي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، اقتصاد المعرفة.

* أستاذ محاضر أ، جامعة اكلي محمد أولحاج بالبوية.

** أستاذة محاضرة أ، جامعة اكلي محمد أولحاج بالبوية.

مقدمة:

مع التطورات المتلاحقة التي شهدتها الربع الأخير من القرن العشرين في مجال المعلومات والاتصال ومع إنشاء شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، استدعى انتباه المؤسسات واقع جديد أصبح التعامل معه ضرورة حتمية بغية التفوق على المنافسين وتحقيق ميزة تنافسية لتحسين أداء عملها، فبرز مفهوم الأعمال الالكترونية التي تعتبر أسلوبا تقنيا حديثا حيث ستؤدي إلى خلق نماذج أعمال معاصرة للمؤسسات، فأصبحت الحاجة ملحة إلى تفاعل أعمال المؤسسات مع التقنيات الحديثة والتحول نحو الأعمال الإلكترونية، إلا أن الأعمال الإلكترونية لا يمكن انتشارها في أي مجتمع دون توفر متطلبات أساسية لازمة لهذه الأعمال، باعتبارها مشروعات جديدة ذات تركيز واستخدام كثيف لتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات المتقدمة وبرمجيات التطبيق وغيرها.

من هذا المنطلق سوف نحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو مستوى التقدم في

توفير متطلبات الأعمال الالكترونية لدى الدول العربية في ظل التحديات التي تواجه انتشارها؟

أهمية البحث:

الأعمال الالكترونية موضوع جدير بالاهتمام والدراسة باعتبارها من مواضيع الساعة تحظى باهتمام الحكومات، نظرا للأهمية الكبيرة للأعمال الالكترونية في تحقيق الفاعلية والكفاءة في عمليات الاتصال بين المنظمات وعملائها من أجل تطوير الأداء التجاري والخدمي وزيادة مستوى الجودة. لذلك زاد في الآونة الأخيرة الاهتمام بالأعمال الالكترونية من طرف المنظمات في مختلف دول العالم، خاصة بعد أن ظهر تأثيرها الواضح والكبير على زيادة كفاءة وفاعلية كافة عمليات المنظمات وزيادة القدرة التنافسية لها.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

- إبراز أهداف وأهمية الأعمال الالكترونية لمنظمات الأعمال؛
- تبيان واقع متطلبات الأعمال الالكترونية في العالم العربي؛

تقسيم البحث:

من أجل التحكم في الموضوع والإجابة على الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى المحاور الآتية:

- الأسس النظرية للأعمال الإلكترونية؛

- تطبيقات الأعمال الإلكترونية؛

- واقع متطلبات الأعمال الإلكترونية في العالم العربي؛

أولاً - الأسس النظرية للأعمال الإلكترونية :

1 - مفهوم الأعمال الإلكترونية وعلاقتها بالمصطلحات المرادفة:

الأعمال الإلكترونية هي إحدى المفاهيم الحديثة التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا العالم الرقمي، وقد ظهر اصطلاح الأعمال الإلكترونية لأول مرة عام 1997 عندما استخدمته شركة IBM، حين أطلقت حملتها الأولى بهذا الاسم في إطار سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال الإلكترونية عن أنشطة التجارة الإلكترونية فهي تعرف الأعمال الإلكترونية بأنها "مدخل متكامل ومرن لتوزيع قيمة الأعمال المميزة من خلال ربط النظم بالعمليات التي تنفذ من خلالها أنشطة الأعمال الجوهرية بطريقة مبسطة ومرنة وباستخدام تكنولوجيا الانترنت"¹، وبهذا المعنى تصبح الأعمال الإلكترونية نتاج علاقة الارتباط بين موارد نظم المعلومات وقدرات الوصول السريع إلى شبكة الانترنت والويب.

وقد ظهرت عدة تعريفات لمفهوم الأعمال الإلكترونية نذكر منها ما يلي²:

- تعريف **Kotler**: أنها استخدام المنظمة للتكنولوجيات والبرامجيات والشبكات لإدارة وتنظيم أعمال المنظمة.

- تعريف **Coulter & Robbins**: ليست مجرد برامجيات وتقنيات لتسهيل عمل المنظمة بل هي رؤية إستراتيجية تساعد المنظمة في تحقيق أهدافها، فهي الإطار الشامل الذي يصف طرائق القيام بالأعمال باستخدام التسهيلات الإلكترونية القائمة على الانترنت مع العمال والإدارات والمديرين والزبائن والموردين للعمل بكفاءة عالية لتحقيق أهداف المنظمة.

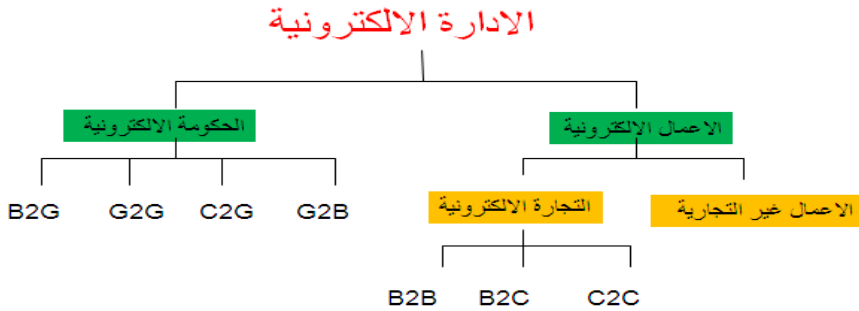
ونجد كذلك التعاريف التالية:

- تعريف **محمد عبد العظيم أبو النجا**: أنها تتضمن جميع الآليات الإلكترونية التي تمكن من ممارسة جميع الأنشطة والأعمال داخل الشركات أو بين الشركات وعمالها وموزعيها ومورديها بصورة أسرع وأكثر دقة وعبر نطاق أو مدى زمني ومكاني أوسع³.

- **تعريف الكردي:** تعتبر النظام الذي يستخدم نظم الحاسب الآلي في توفير احتياجات المستخدمين المختلفة من المعلومات اللازمة لأداء وظائفهم واتخاذ قراراتهم⁴.

وبالتالي فإن الأعمال الالكترونية ما هي إلا تطبيق لتقنيات الاتصال والمعلومات في دعم أنشطة الأعمال التي تتضمن مجالات عدة والتجارة الإلكترونية واحدة منها، مع أن هناك خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما، فالأعمال الالكترونية أوسع نطاقا واشمل من التجارة الالكترونية، وتقوم الأعمال الإلكترونية على فكرة أتمتة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية، وليس فقط العلاقة بين البائع أو المورد بالزبون، ولكن تمتد العلاقة بين المنظمة ووكلائها وموظفيها وعملائها، كما تمتد إلى طرق أداء الأعمال وتقييمها والرقابة عليها⁵. أما التجارة الإلكترونية حسب ما جاء في تعريف منظمة التجارة العالمية فهي توزيع السلع والخدمات وتسويقها بالوسائل الإلكترونية⁶. كما يرى بعض خبراء تكنولوجيا المعلومات أن الإدارة الإلكترونية تمثل نشاطا اشمل وأوسع من الأعمال الالكترونية وأن هذه الأخيرة أشمل وأوسع من التجارة الالكترونية حسب ما يؤكد الشكل رقم (01).

الشكل رقم (01): علاقة الأعمال الإلكترونية بالمصطلحات المرادفة



المصدر: سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، " التجارة الإلكترونية "، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2009، ص 17.

يتضح مما سبق أن الإدارة الإلكترونية مفهوم يتكون من مكونين أساسيين هما :

- الأعمال الالكترونية وتشمل التجارة الإلكترونية والأعمال الالكترونية غير التجارية مثل إدارة سلسلة التوريد أو التجهيز، التسويق الإلكتروني، إدارة شبكات الانترنت وما يرتبط بها من

أنشطة وعمليات وغير ذلك من العمليات والأنشطة التي ليست ذات علاقة مباشرة بمعاملات البيع والشراء والمنتجات والمعلومات.

- الإدارة العامة الالكترونية أو ما يسمى بالحكومة الإلكترونية وتمثل تلك الأعمال الحكومية ذات العلاقة بالمواطنين ومنظمات الأعمال أو بين مؤسسات حكومية أخرى، وهذا يتم عبر استخدام منظومة الشبكات وتكنولوجيا المعلومات وبالتالي هي إنتاج وتقديم الخدمات العامة بتقنيات ووسائل الكترونية⁷.

إذن ما يمكن قوله في هذا الصدد أن الأعمال الالكترونية هي مفهوم ومنظومة تشمل إدارة الأعمال إلكترونيا على مستوى المشروعات أو المنظمات الخاصة.

2- مراحل تطور الأعمال الالكترونية:

تعتبر الأعمال الالكترونية نتاج التطور الموضوعي في الاقتصاد العالمي وخاصة في العقود الثلاثة الأخيرة والتي شهدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وظهور شبكة الانترنت واقتصاد المعرفة، وهناك مراحل متكاملة من التطور التقني والمادي سبقت مرحلة ظهور الأعمال الالكترونية والتي يمكن إجمالها بما يلي⁸:

المرحلة الأولى: هذه المرحلة بدأت منذ البدايات الأولى للانترنت وحتى نهاية عام 1994.

المرحلة الثانية: بدأت منذ عام 1995 ولغاية عام 1997، فقد بدأت المنظمات خلال هذه الفترة بتقديم خدمات جديدة على الانترنت مما أعطاها نجاح لأعمالها الإلكترونية وتجارتها بشكل أوسع.

المرحلة الثالثة: امتدت من عام 1997 ولغاية عام 1998، فقد قامت المنظمات في هذه المرحلة بإنشاء شبكات مختلفة الأهداف على شبكة الانترنت، وهذه الشبكات هي الشبكة الداخلية INTRANET والشبكة الخارجية EXTRANET وأخيرا الشبكة العنكبوتية INTERNET.

المرحلة الرابعة: في هذه المرحلة تطورت الأعمال بشكل كبير وملحوظ مع التطور التكنولوجي للمعلومات والانترنت وكانت هذه المرحلة مع نهاية عام 1998.

المرحلة الخامسة: وهي الفترة التي تطورت فيها الأعمال التجارية والإلكترونية بشكل فعال وحقيقي وأصبحت المنظمات تسعى لممارسة الأعمال الإلكترونية.

3- أهداف الأعمال الالكترونية:

- تسعى الأعمال الإلكترونية لتحقيق جملة من الأهداف منها⁹:
- زيادة كفاءة وفاعلية كافة عمليات المنظمات وزيادة القدرة التنافسية لها.
- سرعة إنجاز الأعمال والتطبيقات الإلكترونية وتخفيض التكاليف.
- تحقيق الفاعلية والكفاءة في عمليات الاتصال بين المنظمات وعملائها.
- تمكين منظمات الأعمال من تحقيق دعم الزبائن من خلال وسائل متعددة عبر الانترنت.
- تطوير الأداء التجاري والخدمي وزيادة مستوى الجودة في عمليات الأعمال الإلكترونية.
- إتاحة الفرص للزبائن بإتمام عملياتهم خلال 24 ساعة في اليوم أو في أي يوم من السنة ومن أي مكان في العالم وتقديم الكثير من الخيارات والبدائل للمنتجات المعروضة.
- إمكانية الدخول للأسواق العالمية دون اعتبار لحجم المنظمة.

4- مزايا الأعمال الالكترونية :

- تتعدد المزايا التي تقدمها الأعمال الإلكترونية لمنظمات الأعمال وإسهامها في خلق فرص أعمال عظيمة وجديدة وقدرات كبيرة لتقديم خدمات واسعة ومتنوعة ولعل أبرزها ما يأتي¹⁰:
- القدرة على اختراق الأسواق الجديدة وتوسيع أعمال المنظمات.
 - المساهمة في توفير قنوات الاتصال الإلكترونية والتكامل الوظيفي أو الدعم المباشر لسلاسل التوريد مما يحسن الأداء الاستراتيجي للمنظمة.
 - تخفيض كلف إنجاز الأعمال الإدارية وغير الإدارية بشكل يحقق ميزة تنافسية.
 - إدارة علاقات المنظمة لزيائنها مع توفير البيئة الملائمة للتعامل معهم من خلال استخدام الانترنت.
 - توفير خدمات عالية الجودة لزيائنها طوال الوقت بأقل كلف وأكثر العوائد.
 - بناء وابتكار أنماط وأساليب عمل جديدة وخلق وجود فعال للمنظمة في عالم الأعمال الرقمية.
 - خلق نماذج جديدة للأعمال تتعدى الحدود التنظيمية.
 - ويضيف حسن الروز في هذا الصدد أن الأعمال الإلكترونية تؤدي إلى¹¹ :
 - الزيادة الملحوظة في حجم إنتاجية الفرد لكل ساعة عمل نتيجة للدور الفعال الذي تساهم به الحواسيب بسرعتها الهائلة ووجود شبكات اتصال تمتد أذرعها إلى جميع مسالك ومساحات المنظومة الاقتصادية الشاملة.
 - التغيير في طبيعة العلاقات القائمة بين هذه المنظمات ومع المجهزين والزيائنها.

- غياب البعد الزمني والمكاني في الفضاء المعلوماتي الذي يهيمن على جل الأنشطة التجارية الرقمية.
- زيادة الطلب على المواهب في الصناعات التي تركز إلى تقنيات المعلوماتية المتقدمة.

ثانيا- تطبيقات الأعمال الإلكترونية:

1- إجراءات أو طبيعة الأعمال الإلكترونية :

تشير الأعمال الإلكترونية إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل الإجراءات التجارية، وقد قام فريق خبراء من منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في سنة 2003 بتعريف إجراءات الأعمال الإلكترونية على أنها "الإجراءات التجارية (سواء داخل المؤسسة وفيما بين المؤسسات) التي تجري عبر شبكات بواسطة الحاسوب". ويمكن توضيح هذه الإجراءات وفق الجدول رقم (01).

الجدول (01): أنواع إجراءات الأعمال الإلكترونية

إجراءات الأعمال الإلكترونية	الوصف
إكتساب والحفاظ على العملاء	إدارة العلاقات مع الزبائن (CRM)؛ إدارة الحملات التسويقية، التخطيط والتنفيذ؛ قاعدة البيانات التسويقية، التسويق المباشر، التسويق عبر الهاتف؛ الكتالوجات الإلكترونية؛ تحليل نشاطات الوب، الإعلان عبر شبكة الإنترنت؛ مراكز المكالمات الهاتفية؛ ترتيبات إعادة التصليح والصيانة؛ التعامل مع شكاوى العملاء
التجارة الإلكترونية	بيع أو شراء سلع أو خدمات (يشمل الحصول على التقديرات، التفاوض، الطلب، ترتيب العقود)؛ التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI)؛ التجارة عن طريق الهاتف النقال؛ تكامل نظام الطلب مع العملاء/الموردين؛ الفوترة المتكاملة والدفع من قبل العملاء؛ التكامل التام مع الأنظمة الخلفية؛ استخدام الشبكة الخارجية (extranet)؛ تأمين المعاملات؛ الدفع الآلي للموردين
الوفاء بأوامر الشراء وتتبع الطلبيات	مراقبة أوامر الشراء، مراقبة المنتج، تتبع الطلبيات؛ معالجة البيانات المرتبطة بتتبع تنفيذ أوامر الشراء وتتبعها؛ أتمتة القوة العاملة في المبيعات
السوقيات (الواردة/المصادرة) ومراقبة المخزون	إدارة سلسلة الإمدادات (SCM)؛ الإنتاج ومراقبة المخزون (بما فيها المواد الخام، القطع، السلع التامة الصنع). مراقبة التوزيع، إدارة المخزون، إدارة مخزون العملاء، النقل والشحن، التخزين الآلي؛ تدبير وإدارة النقل، إرسال السلع، التتبع، توفير الخدمات
الإدارة المالية والميزانية ومراقبة الحسابات	تخطيط الموارد في المؤسسة (ERP)؛ الإدارة، التخطيط والتقييم المالي؛ الفوترة وأنظمة الدفع؛ ونظم البرمجيات
إدارة الموارد البشرية	التوظيف الداخلي والخارجي، طلبات التوظيف عبر الإنترنت؛ أتمتة المهام الإدارية مثل تقارير الوقت، دفع الرواتب ونظم المعاشات التقاعدية، تسديد تكاليف السفر، تتبع ساعات العمل وزمن الإنتاج؛ التدريب؛ العمل عن بعد
خدمة ودعم المنتج	دعم موقع الوب، الأسئلة المتكررة (FAQ)، تنزيل أدلة الاستخدام؛ الاستفسارات عبر الإنترنت؛ خدمة الدعم ما بعد البيع
البحث والتطوير	البحث، تطوير وتصميم المنتجات، الخدمات أو العمليات؛ التصميم بمعونة الحاسوب (CAD)، التصنيع بمعونة الحاسوب (CAM) والتصميم التعاوني
إدارة المعرفة	منهجية تجميع ونشر المعلومات والمعرفة داخل مؤسسة الأعمال؛ نظام إدارة المحتوى؛ التعلم الإلكتروني

المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، "دليل لإنتاج إحصاءات حول اقتصاد المعلومات"، الأمم المتحدة نسخة منقحة، 2009، ص17.

يتبين من خلال الجدول (01) أن الأعمال الإلكترونية هي توليفة من العمليات والنظم والوسائل والتقنيات الرقمية التي تتيح للمنظمات أن تدير علاقاتها البيئية الداخلية والخارجية بما يضمن لها أفضل تكيف وتجارب مع أي تغيير من المحتمل أن يحدث في بيئة الأعمال، وكذلك تسمح في زيادة قدرتها على تحليل الفرص والتهديدات المحتملة وكيفية مواجهتها بالشكل الذي يقلل من تأثيرها على تنفيذ الأعمال.

1- البنية الشبكية للأعمال الإلكترونية :

إن أي منظمة أعمال إلكترونية تحتاج إلى بنية شبكية لتقديم الخدمات المباشرة للزبائن الموردين أو الأطراف المستفيدة الأخرى من خلال :

أ - شبكة الانترنت internet : تشكل الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) (www) الجزء الأهم من الانترنت. وللانترنت أهمية كبرى في بناء عالم الأعمال الإلكترونية والاقتصاد الرقمي باعتبارها كأداة للحصول على مكان في السوق الإلكترونية وتخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية. فهي الوسيلة المثلى لتنفيذ أنشطة الأعمال الكونية من قبل الشركات العالمية، متعددة الجنسيات والدولية، وبالتالي تستطيع هذه الشركات من خلال استخدام تكنولوجيا العمل بالانترنت والأعمال الإلكترونية أن تكون قريبة من زبونها العالمي (Global Customer) الذي يطلب منتجها العالمي (Global Product) والذي يسعى إلى استقبال خدماتها العالمية عبر شبكاتها الحاسوبية المصممة لهذا الغرض¹².

ب- شبكة الانترنت intranet : هي شبكة الشركة الخاصة التي تستخدم تقنيات الانترنت المصممة لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة التي يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة الدخول إلى مواقع الشبكة إلا بموافقة الإدارة. وتستطيع المنظمة حماية موارد شبكتها باستخدام نظم الحماية والسيطرة وتقنيات الرقابة على المعلومات¹³. وبرز ما يميز هذه الشبكة توفير الوقت والسرعة في الحصول على المعلومات ما بين الإدارات¹⁴.

ج- شبكة الإكسترانت extranet : هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات المستفيدين خارج المنظمة من المجهزين والزبائن وغيرهم وتلبية متطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال. وتستخدم تقنيات الحماية و يتطلب الدخول إليها استخدام كلمة المرور وذلك لكونها غير موجهة للجمهور العام¹⁵، وتقوم الشركة بتحديد الأفراد المسموح لهم بالدخول إلى الشبكة ونوع الدخول المسموح به¹⁶.

ويمكن القول أن شبكة الإكسترنات هي الشبكة التي تربط شبكات الانترانت الخاصة بالمعاملين والشركاء والموزعين وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الانترانت المحلية لكل شركة.

2- نماذج الأعمال الإلكترونية :

أبرزت تكنولوجيا ونظم الأعمال الإلكترونية نماذج جديدة للأعمال لم تكن معروفة من قبل وهي في معظمها نماذج غير مسبقة من حيث الوظائف، المضمون، البنية والأهداف، بحيث هذه النماذج لا تخرج عن نطاق الفئات الرئيسية المبينة حسب الجدول رقم (02).

الجدول (02): نماذج الأعمال الإلكترونية

نماذج التطبيقات	الخصائص	النماذج الرئيسية
- تاجر التجزئة - وسيط المعلومات - النموذج التبادلي - السوق الإلكتروني	تستند على فكرة توزيع المعلومات أو الخدمات في مجالات مستهدفة	النماذج المركزة على التوزيع (الموزع المرتكز)
- بوابات الويب الأفقية - بوابات الويب العمودية - بوابات الويب المتخصصة	تقوم بتوفير محتوى معرفي ومعلوماتي عميق لتنفيذ الأعمال في حقول متنوعة مثل الخدمات الصحية المصرفية، السياحية التعليمية بالإضافة إلى توفير أدوات اتصالية	نماذج بوابات الشبكة
- الصانعون - مجهزو الخدمات - مجهزو الخدمات التعليمية - المستشارون - المجهزون المتخصصون - خدمات المعلومات والأخبار	بيع المنتجات على الخط المفتوح أو باستخدام الأساليب التقليدية الأخرى وفي حالة الخدمات يتم تصميمها وإنتاجها وتوزيعها وبيعها على شبكة الانترنت.	نماذج المنتج
- صانعو المكونات والأجهزة وبرمجيات. - شركات خدمات البنية التحتية - المتخصصون في العتاد و البرمجيات	البيع الفوري على الخط المفتوح مع وجود نقاط بيع تقليدية	نماذج مجهزي البنية التحتية

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معطيات:

- سعد غالب ياسين، "أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات"، دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن، 2006، ص 241-255.
- محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 242-251.

تعتبر هذه النماذج غير ثابتة ، فهي تشير إلى عالم الأعمال الإلكترونية الذي يتميز بالنمو والتنوع مع الممارسات الفعلية وبثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونظم المعلومات الحاسوبية وتقانة الشبكات والأدوات الرقمية والوسائط المعلوماتية المتعددة.

ثالثا - واقع متطلبات الأعمال الإلكترونية في العالم العربي:

لقد قطعت الدول العربية أشواطاً طويلة لتوفير متطلبات الأعمال الإلكترونية، إلا أنها لا تزال مبتدئة في هذا المجال باستثناء دول الخليج لاسيما البحرين، قطر والإمارات التي تشهد تحركات جيدة وواضحة، وبالتالي فإن الأعمال الإلكترونية في الدول العربية تواجه اليوم عقبات تؤثر على انتشارها ودرجات متفاوتة.

1- خصائص متطلبات الأعمال الإلكترونية في الدول العربية :

أ- البنية التحتية: لا يمكن للأعمال الإلكترونية الانتشار في أي مجتمع دون وجود بنية تحتية أساسية لازمة لهذه الأعمال وتظهر تركيبة البنية التحتية اللازمة للأعمال الإلكترونية في الوطن العربي وخصائصها من خلال الجدول رقم (03).

الجدول (03) : مؤشرات البنية التحتية اللازمة للأعمال الإلكترونية في الوطن العربي لسنة

2015

البلد	عدد السكان بالآلاف	اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 فرد	اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 فرد	اشتراكات النطاق العريض المتنقل	اشتراكات النطاق العريض الثابت	نسبة الأسر التي لديها كمبيوتر جهاز
الجزائر	40,263	8,0	113,0	40,1	5,6	37,0
البحرين	1,378	20,5	185,3	131,8	18,6	94,8
جيبوتي	846	2,6	34,7	5,6	2,3	19,1
مصر	90,067	7,4	111,0	50,7	4,5	50,8
الأردن	7,747	4,8	179,4	35,6	4,2	47,0
الكويت	4,007	13,4	231,8	139,3	3,7	89,0
لبنان	5,988	19,2	87,1	53,4	22,8	81,0

4,7	0,2	23,1	89,3	1,3	3,677	موريتانيا
54,8	3,4	39,3	126,9	6,5	33,655	المغرب
87,5	5,6	78,3	159,9	10,5	4,654	عمان
66,7	6,0	-	77,6	8,9	2,839	فلسطين
88,3	10,1	80,0	153,6	18,2	2,258	قطر
67,0	12,0	111,7	176,6	12,5	32,157	السعودية
17,9	0,1	29,4	70,5	0,3	36,729	السودان
49,9	3,1	10,4	62,4	18,3	18,563	سوريا
38,7	4,3	62,6	129,9	8,4	11,134	تونس
89,3	12,8	92,0	187,3	23,1	9,266	الإمارات
11,8	1,5	5,9	68,0	4,7	27,392	اليمن

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معطيات:

- International Telecommunication Union, "the Measuring the Information Society Report", 2016 edition, pp244-246.

- Internet world stats: <http://www.internetworldstats.com>

- الاتحاد الدولي للاتصالات "اتجاهات وتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الدول العربية"، المؤتمر العالمي لتنمية الاتصالات لعام 2017، الخرطوم، السودان، 30 يناير - 1 فبراير 2017، ص 27 .

- أول ما يظهر حسب الجدول رقم (03) أن اشتراكات الهاتف الثابت منخفضة وهي في تراجع بسبب ارتفاع مستويات انتشار اشتراكات الهاتف النقال وبالتالي استبدال الخدمة الثابتة بالمتنقلة، بحيث تتمتع منطقة الدول العربية ككل بمستويات تغلغل للاتصالات الخلوية المتنقلة عالية نسبياً (من حيث عدد الاشتراكات لكل 100 نسمة) مقارنة بالمتوسط العالمي 97%¹⁷، ومن المتوقع أن تصل إلى 109,9 اشتراكات لكل 100 نسمة في نهاية عام 2016 وهو يفوق المعدل العالمي 99,7%¹⁸. لكن رغم هذا لا تزال بعض الدول لم تصل أسواقها إلى درجة التشبع كجيبوتي، سوريا، اليمن و السودان.

- هناك زيادة قوية في خدمات النطاق العريض المتنقل والإقبال عليها وقد أفضى ذلك نتيجة النمو القوي في ارتفاع نسبة تغلغل الاتصالات الخلوية المتنقلة في المنطقة. وتشير تقديرات الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2016 إلى أن متوسط اشتراكات النطاق العريض المتنقل لكل 100 نسمة في المنطقة العربية سوف يبلغ ما يقارب من 48%. وفي داخل هذه المنطقة، حققت تسعة بلدان بالفعل معدلات تغلغل للنطاق العريض المتنقل أعلى من المتوسط العالمي البالغ 49%¹⁹. وقد حققت الكويت والبحرين والمملكة العربية السعودية بالفعل معدلات تغلغل للنطاق العريض المتنقل تفوق 100%.
- أدى تعزيز الإقبال على الاتصالات الخلوية المتنقلة وخدمات النطاق العريض المتنقل إلى أن انتشار التكنولوجيات المتنقلة التي دفعت إلى حد كبير النفاذ إلى الإنترنت. قمي عام 2015، كانت الشبكات المتنقلة من الجيل الثاني (2G) تغطي 97% من السكان في البلدان العربية. وفي نفس الوقت، توسعت تغطية النطاق العريض المتنقل بسرعة وثمة 79% من السكان تغطيتهم بالفعل إشارة الاتصالات المتنقلة من الجيل الثالث 3G. ومن بين البلدان العربية الستة عشر التي أبلغت عن إحصاءات للتغطية بالجيل الثالث 3G في عام 2015، حقق عشرة منها بالفعل معدل تغطية بالجيل الثالث يزيد عن 90%. وكذلك، من بين البلدان العربية الأحد عشر التي أبلغت عن إحصاءات للتغطية بشبكات LTE/4G، حققت كلها ما عدا اثنين معدلات تغطية بشبكات LTE/4G أعلى من المتوسط العالمي البالغ 57,8%. وقد حققت الكويت والبحرين والإمارات العربية المتحدة بالفعل معدلات تغطية بشبكات LTE/4G تزيد عن 90%. وعلى الرغم من معدلات التغطية الرائعة هذه، لا يزال هناك الكثير من المجال لتوسيع البنية التحتية لشبكات 3G و LTE/4G في المنطقة²⁰.
- يقدر متوسط تغلغل خدمات النطاق العريض الثابت في الدول العربية 4,8%، بحيث تسجل ثمانية دول فقط معدلات أعلى من هذا المتوسط منها خمسة دول خليجية ودولتان من المشرق العربي في حين تظهر الجزائر البلد الوحيد من المغرب العربي وضمن هذه المنطقة، تتميز لبنان والبحرين والإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية بأنها حققت مستوى تغلغل في النطاق العريض الثابت أعلى من المتوسط العالمي المقدر بـ 11,9%، كما نلاحظ أن كل من السودان و موريتانيا قد شهدتا أدنى المعدلات في المنطقة نهاية عام 2015 ويرجع ذلك جزئياً لارتفاع أسعار النطاق العريض الثابتة التي تحتسب كنسبة مئوية من متوسط الدخل القومي الإجمالي الشهري للفرد الواحد في البلد . وبما أن هناك فوارق واسعة في مستويات الدخل بين بلدان مجلس التعاون الخليجي المصدرة للنفط وغيرها في

المنطقة، كان سعر عام 2015 لتوصيل النطاق العريض الثابت يمثل أقل من 1 % من الدخل القومي الإجمالي للفرد في الكويت والبحرين وقطر، وكان دون المستوى المرجعي 5 % (الهدف الذي وضعته لجنة النطاق العريض في 2011 من أجل التنمية الرقمية 5 %²¹) في معظم البلدان في المنطقة. ولا تزال الأسعار مرتفعة نسبياً في فلسطين واليمن والأردن وموريتانيا. وتشير تقديرات الاتحاد إلى أن مستوى تغلغل النطاق العريض الثابت في المنطقة العربية سوف يبقى في نهاية عام 2016 أقل من 5 %، وهو أقل من منتصف الطريق نحو المتوسط العالمي البالغ 12 %.

- وجود اختلافات ملحوظة في نسب الأسر التي لديها جهاز كمبيوتر على مستوى العالم العربي، إذ تميزت دول مجلس التعاون الخليجي (ما عدى السعودية) ولبنان بأعلى المعدلات والتي تجاوزت 80%، في حين لم تتعدى النسبة 12 % في كل من موريتانيا واليمن .

أ- الموارد البشرية:

يقصد بها مستخدمي الانترنت وهم يؤثرون بشكل أساسي على انتشار الأعمال الإلكترونية، ولكن يتوقف ذلك على عدة عوامل خاصة : توفر الحواسيب وانخفاض أسعار الهاتف وأسعار الاشتراك على الانترنت إلى جانب سرعة انتقال المعلومات ووجود اللغة العربية على الإنترنت التي تسهل أداء الأعمال الإلكترونية في العالم العربي. وبحسب إحصائيات عام 2015، فإن أهم مؤشرات استخدام الإنترنت في الوطن العربي تظهر حسب الجدول رقم (04).

الجدول (04) : مؤشرات استخدام الإنترنت في الوطن العربي لسنة 2015

البلد	عرض النطاق الترددي للإنترنت الدولية كيلوبت / ثانية	نسبة الأسر المتاح لها النفاذ إلى الإنترنت	نسبة مستخدمي الإنترنت لكل 100 فرد	عدد مستخدمي الإنترنت حتى 30 جوان 2016
الجزائر	30,1	31,9	38,2	15,000
البحرين	47,2	88,7	93,5	1,278
جيبوتي	10,2	8,1	11,9	150
مصر	11,3	41,8	35,9	34,800
الأردن	27,5	75,9	53,4	5,700
الكويت	48,6	80,5	82,1	3,202
لبنان	27,2	69,0	74,0	4,545

714	15,2	15,6	1,4	موريتانيا
20,207	57,1	66,5	18,3	المغرب
3,310	74,2	84,0	59,7	عمان
3,007	57,4	52,4	13,3	فلسطين
2,200	92,9	95,8	71,5	قطر
20,813	69,6	94,0	88,6	السعودية
10,886	26,6	33,5	2,1	السودان
5,502	30,0	42,3	3,1	سوريا
5,800	48,5	36,1	33,8	تونس
8,515	91,2	95,4	107,9	الإمارات
6,773	25,1	5,5	2,4	اليمن

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معطيات:

- International Telecommunication Union, "the Measuring the Information Society Report", 2016 edition, pp240-243.

- Internet world stats: <http://www.internetworldstats.com>.

ثمة عدة حقائق يمكن توضيحها انطلاقا من الجدول رقم (04) وهي:

- في عام 2015، كان مقدار عرض نطاق الإنترنت الدولي لكل فرد في المنطقة العربية 22,7 كيلوبت/ثانية، وهو مقدار أقل من متوسط 33,8 كيلوبت/ثانية لكل فرد في العالم. وقد شهدت المنطقة العربية زيادة بمقدار سبعة أضعاف في الكمية الإجمالية لعرض نطاق الإنترنت الدولي بين عامي 2010 و 2015²²، ومع ذلك فإن الزيادة في عدد مستعملي الإنترنت الراغبين في توصيلية دولية من شأنها أن يضع المزيد من الضغط على كمية عرض نطاق الإنترنت الدولي لكل مستعمل للإنترنت في المنطقة.

- ناك عشرة بلدان عربية فيها أكثر من نصف الأسر موصولة بشبكة الإنترنت في عام 2015 وهي نفس الدول التي حققت بالفعل معدلات أعلى من المتوسط العالمي البالغ 46,4 % (في حين يقدر المتوسط

العربي 40,3%²³ وتتصدر القائمة قطر والإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية، حيث لدى أكثر من 90% من الأسر نفاذ إلى الإنترنت. وفي السنوات الأخيرة أضاف بعض البلدان العربية أكثر من عشر نقاط مئوية إلى نسبة الأسر التي لديها نفاذ إلى الإنترنت في المنزل. فقد أضاف المغرب والجزائر بين عامي 2014 و2015 مثلاً، 16 و12 نقطة مئوية على التوالي. وهذا يعني أن في المغرب والجزائر معاً هنالك حوالي 1,9 مليون أسرة إضافية لديها نفاذ إلى الإنترنت في المنزل في عام 2015 مقارنة بعام 2014²⁴.

- لقد حققت إحدى عشرة دولة عربية بالفعل معدلات تغلغل إفرادية في النفاذ إلى الإنترنت أعلى من المتوسط العالمي البالغ 47%، إذ سجلت كل من البحرين، قطر والإمارات العربية المتحدة معدلات تغلغل الإنترنت أعلى من 90%. وتشير تقديرات الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2016 إلى أن ثمة أربعة من أصل عشرة أفراد في المنطقة العربية يستعملون الإنترنت. وهذا ما يضع المنطقة بالقرب من متوسط النسبة المئوية العالمية من مستعملي الإنترنت 47,1% لعام 2016²⁵. ومن المتوقع أن يرتفع عدد مستخدمي الإنترنت في المنطقة إلى حوالي 197 مليون مستخدم وهو ما يعادل نسبة 51% في عام 2017²⁶.

- حسب تقديرات الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2016 فإن عدد الموصولين بالإنترنت سيبلغ في نهاية 2016 حوالي 5,3 مليار شخص أي 47,1% من سكان العالم، مقارنةً بعدد 2,3 مليار شخص قبل سنة واحدة، في حين سيقدر الأفراد الذين يستعملون الإنترنت في المنطقة العربية نسبة 41,6% نهاية عام 2016 بعدما كانت 8,3% في عام 2005، ويعكس هذا الاتجاه بشكل وثيق الزيادة المطردة في عدد الأسر التي يمكنها النفاذ إلى الإنترنت في المنزل، والتي ارتفعت من مجرد 9,5% في عام 2005 إلى ما يقدر بنسبة 45,7% نهاية عام 2016²⁷.

- بلغ عدد مستخدمي اللغة العربية على الانترنت 168,4 مليون في عام 2016 أي بمعدل 4,7% من سكان العالم وتحتل اللغة العربية المركز الرابع بين لغات العالم العشر الأولى على الشبكة العنكبوتية. حسب ما يظهره الجدول رقم (05).

الجدول (05) : موقع اللغة العربية بين لغات العالم الأكثر استخداما على الشبكة العنكبوتية في عام 2016

عدد السكان الذين يستخدمون هذه اللغة (تقديرات 2016) بالملايين	نسبة مستخدمي اللغة على الإنترنت من المجموع العالمي	نمو عدد مستخدمي الإنترنت 2016-2000	انتشار الإنترنت كنسبة من السكان	عدد مستخدمي الإنترنت حسب اللغة بالملايين	اللغات العشر الأولى في شبكة الإنترنت
1400	%26.3	%573.9	%67.8	948,6	الانجليزية
1415	%20.8	%2,227.9	%53.1	751,9	الصينية
450	%7.7	%1,424.3	%61.6	277,1	الإسبانية
388	%4.7	%6,602.5	%43.4	168,4	العربية
266	%4.3	%1,939.7	%57.9	154,5	البرتغالية
126	%3.2	%144.5	%91.0	115,1	اليابانية
289	%3.0	%1,809.3	%37.8	109,4	الملايو
146	%2.9	%3,227.3	%70.5	103,1	الروسية
393	%2.8	%751.5	%25.9	102,1	الفرنسية
94	%2.3	%204.6	%88.3	83,8	الألمانية
4972	%77.9	%848.4	%56.6	2814	اللغات العشر الأولى
2367	%22.1	%1141.0	%33.7	797	باقي اللغات
7340	%100.0	%900.4	%49.2	3611	مجموع العالم

المصدر:

- Internet world stats: <http://www.internetworldstats.com>

ولكن رغم هذا فإن استخدام اللغة العربية على الانترنت لا يزال ضعيفا وضعيفا مقارنة بالوزن

الذي تستحقه هذه اللغة من حيث وزنها السكاني.

ج - البحث والتطوير: تمثل الأعمال الإلكترونية مشروعات جديدة ذات تركيز واستخدام كثيف لتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات المتقدمة وبرمجيات التطبيق وغيرها، كل هذا يتأثر بالبحث والتطوير الذي يتوقف بدوره على درجة الإنفاق على البحث والتطوير والقوى البشرية العاملة في هذا القطاع إلى جانب مستوى تكنولوجيا المعلومات المستخدمة لذا سنقوم بتحليل وضعية البحث والتطوير في الدول العربية من خلال :

- الإنفاق على البحث والتطوير: تشير الإحصائيات أن متوسط مخصصات الدول العربية للبحث والتطوير كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي هي 0,3 % وهي تقل بكثير عن المتوسط العالمي الذي وصل إلى نحو 1.8 % عام 2014²⁸.

- القوى البشرية العاملة في مجال البحث والتطوير: تتكون من الباحثين الذين يعملون في البحث العلمي، إذ وصل متوسط عدد الباحثين لكل مليون من السكان في الدول العربية 416 باحث في حين أن المتوسط على المستوى العالمي بلغ 1083 باحث في عام 2013²⁹. وبالتالي تعاني المنطقة العربية من نقص الباحثين و غياب البيئة المحفزة للعلم والبحث العلمي وضعف أجور الباحثين ولذلك أصبحت هجرة العقول ظاهرة قوية في هذه الدول خاصة في اليمن، الجزائر، لبنان مصر و موريتانيا . حسب ما يظهره الجدول رقم (06).

الجدول (06): قدرة الدول العربية على الحفاظ على ذوي المهارات في سنة 2015

الدولة	قيمة المؤشر (1 - 7)	الترتيب العالمي (من أصل 138 دولة)
الجزائر	2.7	116
اليمن	1.9	135
مصر	2.9	104
لبنان	2.8	108
موريتانيا	2.9	103
المغرب	3.2	91
الأردن	3.7	55
الكويت	3.3	83

28	4.4	البحرين
34	4.2	عمان
19	4.7	السعودية
3	5.6	الإمارات
5	5.5	قطر

ملاحظة: 1 = يغادر ذوي المهارات من أجل فرص أفضل في دول أخرى

7 = تقدم الدولة الفرص المطلوبة لذوي القدرات

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معطيات:

World Economic Forum , "The Global Competitiveness Report 2017-2016".

- **توافر أحدث التقنيات :** إن توافر أحدث التقنيات في مجال البحث والتطوير يساعد على انتشار الأعمال الإلكترونية وقد حققت دول مجلس التعاون الخليجي والأردن والمغرب مراكز متقدمة بين الدول العربية، خاصة الإمارات التي نالت المرتبة الحادية عشر عالميا في هذا المجال، مثلما يظهر في الجدول رقم (07).

الجدول (07): توافر أحدث التقنيات في العالم العربي لسنة 2015

الترتيب العربي	الترتيب العالمي	قيمة المؤشر (1-7)	البلد
12	125	3.7	الجزائر
3	36	5.6	البحرين
11	117	3.9	مصر
5	43	5.4	الأردن
7	55	5.0	الكويت
10	91	4.3	لبنان

13	132	3.3	موريتانيا
6	50	5.0	المغرب
8	66	4.9	عمان
2	21	6.0	قطر
4	42	5.4	السعودية
9	76	4.6	تونس
1	11	6.2	الإمارات
14	136	2.9	اليمن

ملاحظة: 1 = غير متوفرة على الإطلاق

7 = متوفرة على نطاق واسع

المصدر: من إعداد الباحثين استنادا إلى معطيات:

World Economic Forum , "The Global Competitiveness Report 2016-2017", op.cit.

1- العقبات التي تواجه انتشار الأعمال الالكترونية في الدول العربية:

إن الدول العربية تواجه عوائق مشتركة تعترض انتشار الأعمال الالكترونية من حيث تطبيقها وتطويرها يمكن توضيحها في النقاط التالية:

أ - **افتقار الموظفين للقدرات اللازمة:** يفتقر قسم كبير من الموظفين في الدول العربية إلى المعرفة و المهارات الضرورية لأداء الأعمال الالكترونية بنجاح، وذلك بسبب هجرة الخبرات المعرفية سعيا وراء مكافآت أفضل وهذا بالنسبة للدول مثل فلسطين والعراق ولبنان أو بسبب نفور الكفاءات المعرفية نتيجة المظاهر السيئة التي يعاني منها العالم العربي من تفشي الوساطة والفساد وغياب ثقافة التقييم بناء على الكفاءة وانعدام تقدير الإبداع وهذا في الدول الأخرى

ب- **الفجوة الرقمية:** تشكل الفجوة الرقمية إحدى الحواجز العالمية الأساسية التي تعترض انتشار الأعمال الإلكترونية بشكل واسع، حيث تعاني الدول العربية مقارنة مع معظم مناطق العالم من انخفاض أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت والحاسوب الشخصي بين مواطنيها، رغم محاولة العديد من الدول

العربية في تقليل الفجوة الرقمية من خلال اعتماد برامج لتيسير امتلاك أجهزة الحاسوب الشخصي وتأمين مراكز عامة للاتصال بشبكة الإنترنت.

ج- البنية التحتية لتقنيات المعلومات والاتصالات : يعتبر تأمين البنية التحتية الخاصة بتقنيات المعلومات والاتصالات شرطا أساسيا لنشر استخدام الأعمال الإلكترونية على الرغم من بعض التجارب العربية الناجحة نسبيا في مجال تأمين البنية التحتية اللازمة، كالإمارات وقطر، إلا أن معظم الدول العربية تعاني من تدني البنية التحتية الخاصة بتقنيات المعلومات والاتصالات في منظماتها.

د- الأطر التشريعية والقانونية : يعتبر وضع الأطر التشريعية والقانونية الملائمة لاعتماد الأعمال الإلكترونية عامل أساسي في نجاح هذه الأعمال. فاستبدال العمليات الورقية بمقابلها من معاملات إلكترونية معترف بها قانونيا (كالدفع الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني) لا تزال في المراحل الأولى في معظم الدول العربية . وقد أدى افتقار الدول العربية عموما للأطر القانونية الملائمة إلى الإبطاء في طرح العديد من الخدمات الإلكترونية.

هـ- تقبل المجتمع لخدمات الأعمال الإلكترونية : تعد صعوبة إقناع المواطنين باعتماد خدمات الأعمال الإلكترونية إحدى العقبات الرئيسية التي تعيق نشر هذه الخدمات . وتتضمن التحديات التي يواجهها قطاع الأعمال العربية في هذا المجال زيادة وعي الرأي العام والعمل على رفع مستوى ثقته بخدماتها. ففي معظم الدول العربية لا يحصل المواطنون وقطاع الأعمال إلا على كم محدود من المعلومات حول الخدمات المتوفرة إلكترونيا.

وبالتالي فإن الأعمال الإلكترونية في الدول العربية تواجه حاليا عقبات سياسية وقانونية واقتصادية واجتماعية لكن على الرغم من تشابهها، إلا أن لكل دولة عربية مزيج فريد من هذه العقبات يؤثر على انتشارها بدرجات مختلفة.

الخلاصة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع فإنه يمكن تلخيص محتواه في النتائج الآتية:

- الأعمال الإلكترونية ما هي إلا تطبيق لتقنيات الاتصال والمعلومات في دعم أنشطة الأعمال التي تتضمن مجالات عدة و التجارة الإلكترونية واحدة منها.
- تسعى الأعمال الإلكترونية إلى تمكين منظمات الأعمال من تحقيق دعم الزبائن من خلال وسائل متعددة عبر الانترنت وبالتالي تحقيق الفاعلية والكفاءة في عمليات الاتصال بين المنظمات وعملائها من أجل تطوير الأداء التجاري والخدمي وزيادة مستوى الجودة في عمليات الأعمال الإلكترونية.

- حققت جميع دول مجلس التعاون الخليجي إنجازاً مهماً في توفير متطلبات الأعمال الإلكترونية على مستوى العالم، إذ قطعت أشواطاً مهمة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، على الرغم من وجود اختلافات ملحوظة فيما بينها، وتتميز بأفضل أداء بين الدول العربية خاصة دول شمال إفريقيا التي يبقى أداؤها أقل من المتوسط.

- شهد النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها في المنطقة العربية زيادة مطردة على مدى السنوات الأخيرة. وفي الوقت نفسه، ما زال الأمر يتطلب الكثير من الجهود للنهوض بالمنطقة ووضعها على قدم المساواة مع المتوسط العالمي في مجالات مختارة مثل النفاذ إلى النطاق العريض الثابت، وتوفر عرض نطاق الإنترنت الدولي، ومستويات تغلغل الإنترنت.

- ومن التحديات الرئيسية في المستقبل القريب هي زيادة معدلات تغلغل النطاق العريض الثابت والمتنقل والتغطية في المنطقة ككل، لزيادة عدد الأسر التي لديها نفاذ إلى الإنترنت في المنزل، وفي نهاية المطاف لتوصيل المزيد من الناس بالإنترنت للاستفادة من مجتمع المعلومات والمشاركة فيه. ويمكن للبلدان أيضاً تعزيز الاستفادة من الشبكات الخلوية المتنقلة القائمة والحفاظ على تطور أسواق الاتصالات المتنقلة من خلال توسيع نمو شبكات النطاق العريض المتنقل.

- هناك معوقات تحول دون انتشار الأعمال الإلكترونية تتركز معظمها في الإمكانيات المحدودة التي تشهدها الكثير من الدول العربية، ومن تلك المعوقات: المعوقات القانونية، التقنية والمعوقات الاجتماعية.

على ضوء النتائج التي توصلنا إليها و لتحسين متطلبات الأعمال الإلكترونية في الدول العربية بهدف الاستفادة من المزايا التي تقدمها للمؤسسات نوصي بما يلي :

- الاهتمام بدعم الدراسات والبحث والتطوير في مجالات المعلوماتية والأعمال الإلكترونية.
- تحسين البيئة التشريعية والتنظيمية لانتشار الأعمال الإلكترونية.
- ضرورة التوحيد في برامج وتطبيقات الحاسوب المعتمدة في المؤسسات لأغراض خزن واسترجاع المعلومات فضلاً على التوحيد في استخدام تطبيقات معالجة النصوص لتيسر سبل تراسل المعلومات.
- تبني مبادرات وطنية لمحاربة الأمية في مجال الحاسوب بالاعتماد على برامج تدريب مستمرة للعاملين في مختلف المؤسسات للوصول إلى مستوى جيد في التعامل مع هذه التقنيات.
- دراسة منهج الحاسوب والتكنولوجيا كمواد أساسية في المدارس والجامعات.

قائمة الهوامش والمراجع :

- 1- محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص117.
- 2- غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، "تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص130.
- 3- محمد عبد العظيم أبو النجا، "التسويق الالكتروني: آليات التواصل الجديدة مع العملاء"، الدار الجامعية ، ط2، مصر، 2012، ص33-34.
- 4- باسم احمد المبيضين، "التجارة الالكترونية"، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، 2010، ص11.
- 5- ثريا عبد الرحيم الخزرجي وشرين بدري البارودي، "اقتصاد المعرفة"، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص19.
- 6- سمر توفيق صبرة، "التسويق الالكتروني"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص107.
- 7- محمود جاسم الصمدي وريدينة عثمان يوسف، "التسويق الالكتروني"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الأردن، 2012، ص48.
- 8- ثريا عبد الرحيم الخزرجي وشرين بدري البارودي، مرجع سبق ذكره، ص28-29.
- 9- نفس المرجع السابق، ص26-27.
- 10- غسان قاسم داود اللامي و اميرة شكرولي البياتي، مرجع سبق ذكره، ص132-133.
- 11- حسن مظفر الروز، "مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل الى اقتصاديات الانترنت"، مركز البحوث، 2006، ص142-145.
- 12- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، "التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص49-50.
- 13- نفس المرجع السابق، ص50.
- 14- سمر توفيق صبرة، مرجع سبق ذكره، ص116-117.
- 15- محمد سمير أحمد، " الإدارة الإلكترونية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2009، ص237.
- 16- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 57.
- 17- International Telecommunication Union "Facts and Figures", 2015, p2
- 18- الاتحاد الدولي للاتصالات "اتجاهات وتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الدول العربية" المؤتمر العالمي لتنمية الاتصالات لعام 2017، الخرطوم ، السودان، 30 يناير - 1 فبراير 2017 ، ص24.
- 19- نفس المرجع السابق ص25.
- 20- نفس المرجع السابق، ص25.

- 21- International Telecommunication Union "the Measuring the Information Society Report", 2014, p124.
- 22- الاتحاد الدولي للاتصالات "اتجاهات وتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الدول العربية" مرجع سبق ذكره، ص27
- 23- الاتحاد الدولي للاتصالات، "تقرير قياس مجتمع المعلومات 2015"، ملخص تنفيذي، ص3.
- 24- الاتحاد الدولي للاتصالات "اتجاهات وتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الدول العربية" مرجع سبق ذكره، ص28
- 25- نفس المرجع السابق، ص29.
- 26- Orient Planet "Arab Knowledge Economy Report", 2014, p11.
- 27- الاتحاد الدولي للاتصالات "اتجاهات وتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الدول العربية" مرجع سبق ذكره، ص21
- 28- Institut de statistique de l'UNESCO "L'eAtlas de l'UNESCO sur la recherche et le développement expérimental", sur le site : <http://www.uis.unesco.org/ScienceTechnology/Pages/r-d-eatlas-launchFR.aspx>
- 29- Institut de statistique de l'UNESCO "HUMAN RESOURCES IN R&D", No.35 NOVEMBER 2015, p3.