

Fundamental Factors in the Development electronic commerce in Gulf Cooperation Council Countries for the period 2000-2010

Lecturer Ikbal Jassim Jaafer
Basra and Arab Gulf Research Center

Abstract

The wide spread of communication and information technologies recently result in developed and rapid changes in different sectors like financial, banking, and commercial sectors. Such development used to be called as digital economics, where different commercial transaction can be hold via internet and change the usual traditional paper treatments to electronic ones. The electronic commerce was prominent in the transaction of buying and selling, conducting agreements, revealing offers and so on. This commerce shortened place and time factors to be able on covering their different agents and brokers electronically. Also there were certain legislations to protect and organize this commerce.

These conceptions encouraged Gulf Cooperation Council Countries to adopt the electronic commerce for developing their economical state in one hand and follow up the international information development like all the advance countries.

العوامل الأساسية لتطور التجارة الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي للمدة (٢٠٠٠-٢٠١٠)

م. إقبال جاسم جعفر

مركز دراسات البصرة والخليج العربي

الملخص

انتشرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عالمنا الحالي في مختلف القطاعات مما أضفى تغييرات متسارعة ومتطورة في القطاعات جميعها ، ومنها القطاع المالي والمصرفي وكذلك قطاع التجارة وعرف بما يسمى بالاقتصاد الرقمي ، حيث تتم المعاملات التجارية عبر الانترنت الذي استحوذ على الكثير من الأعمال في عالم التجارة وغير التعامل الورقي التقليدي إلى الالكتروني . وظهرت التجارة الالكترونية التي تعتمد الأسلوب الرقمي القائم بشكل أساسي على الشبكة العالمية في إنجاز العقود والبيع والشراء والعرض ، فقدمت طريقة جديدة للشركات من أجل تمييز منتجاتها وخدماتها والمنافسة في السوق الالكتروني . لقد اختصرت التجارة الالكترونية عاملي الزمن والمكان لتغطي قطاعات عديدة من بائعي التجزئة إلى الوسطاء الماليين ، وصار هناك قوانين وتشريعات جديدة تنظم عمليات البيع والشراء وما يتعلق بها من معاملات.

شجعت هذه المفاهيم الجديدة دول مجلس التعاون الخليجي على تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من الخصائص التي توفرها شبكة الانترنت في دفع الاقتصاد نحو النمو والتطور ، واللاحق بالمجتمعات المعلوماتية المتطورة التي صارت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أهم ركائز قيامها عبر دمجها في نشاطات القطاعات كافة ومنها التجارة والأعمال.

المقدمة

تمثل التجارة الالكترونية (Electronic-commerce) أحد أوجه ما يعرف اليوم باقتصاد المعرفة ، الذي يقصد به الاقتصاد الذي يشكل فيه إنتاج المعرفة وتوزيعها واستخدامها، وهي المحرك الرئيس لعملية النمو المستدام ولخلق الثروة وفرص التوظيف في كل المجالات . إنه يقوم على أساس إنتاج المعرفة (أي خلقها) واستخدام ثمارها وإنجازاتها، بحيث تشكل هذه المعرفة سواء ما يعرف بالمعرفة الصريحة التي تشتمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات وغيرها أو المعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم ومعارفهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم مصدرا رئيسا لثروة المجتمع ورفاهيته.(1)

يقوم الاقتصاد المعرفي على التجارة الالكترونية وما يرتبط بها من تقنيات التكنولوجيا الحديثة، إذ إن تقنية المعلومات أو صناعة المعلومات ، هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

ومن أجل توظيف التجارة الالكترونية في العملية الإنتاجية لأي من المجتمعات لابد من توفر عدة معايير لتقويم قدرة المجتمع على التحول إلى مجتمع معلوماتي منها توظيف التقنيات الرقمية ، وكثافة انتشار هذه التقنيات في المجتمع بحيث يمتلك القدرة على التنافس مع المجتمعات التي دخلت إلى هذا العالم الرقمي وبدأت تشكل نشاطاتها الاقتصادية نموذجا يحتذى به.

وتعد دول مجلس التعاون الخليجي من أوائل الدول العربية التي حصل فيها تقدم ملموس في تحويل مجتمعاتها إلى مجتمعات معلوماتية ، إذ دخلت تقنية المعلومات والاتصالات في جميع القطاعات ، وأبرزها التجارة الالكترونية.

فرضية البحث:

لم تتمكن جميع دول مجلس التعاون الخليجي من استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتفعيل التجارة الإلكترونية لتشمل جميع التعاملات التجارية.

مشكلة البحث:

إن تطوير عوامل التجارة الإلكترونية هي من أهم الأسس التي يجب أن تكون في موضع الاهتمام من أجل تفعيل هذه التقنية في دول مجلس التعاون الخليجي .

هدف البحث:

التعرف على مستوى البيئة الرقمية في دول مجلس التعاون الخليجي وتأثيرها في التجارة الإلكترونية فيها.

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث في عرض تجربة دول مجلس التعاون الخليجي في استغلال تكنولوجيا المعلومات ودمجها في قطاع التجارة والأعمال.

منهجية البحث

المبحث الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وأهميتها.

المبحث الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية وأثارها الاقتصادية.

المبحث الثالث: تطور البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي.

المبحث الرابع: انتشار التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي.

المبحث الاول/تعريف التجارة الإلكترونية وأهميتها

قدم المتخصصون في عالم الاقتصاد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعريفات متنوعة للتجارة الإلكترونية منها:

١- التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت هي التفاعل بين رجال الأعمال والعملاء، أو بين الشركة ومورديها، لوضع الأوامر، ونقل الأموال المرتبطة بها. (٢)

٢- التجارة الإلكترونية هي استخدام شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وبخاصة الإنترنت، لإجراء المعاملات التجارية. (٣)

٣- هناك تعريف أكثر شمولاً هو: التجارة الإلكترونية هي استخدام الاتصالات الإلكترونية والرقمية وتكنولوجيا معالجة المعلومات في المعاملات التجارية لخلق وتحويل وإعادة تعريف العلاقات لخلق قيمة بين المنظمات، أو بين المنظمات والأفراد. (٤)

٤- ويقصد بالتجارة الإلكترونية أيضاً استخدام شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة أم بين عدة دول مختلفة، وتستخدم شبكة المعلومات الدولية لتوفير معلومات عن الفرص التجارية وإجراء معاملات التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وبعده (والنقل والصيانة والشحن والتفريغ وغيرها). (٥)

نستنتج من التعريفات السابقة أن التجارة الإلكترونية تشير إلى مجموعة واسعة من الأنشطة التجارية عبر الإنترنت للمنتجات والخدمات، فهي تتعلق بأي شكل من أشكال المعاملات التجارية يتفاعل فيها الطرفان إلكترونياً بدلاً من التعامل والتبادل المادي مباشرة. إذ عادة ما ترتبط التجارة الإلكترونية مع البيع والشراء، أو إجراء أي معاملة تنطوي على نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع أو الخدمات من خلال الشبكة الحاسوبية (الإنترنت). ويشمل ذلك:

العوامل الأساسية لتطور التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات.
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات .
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع .
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري
- عقد صفقات وإبرام العقود، وسداد الالتزامات المالية ودفعها .
- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الاجراءات.

٢- أهمية التجارة الإلكترونية:

تظهر أهمية اللجوء إلى التجارة الإلكترونية واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر العولمة و المعلوماتية فائق السرعة في عدة أوجه سواء للبائع أم للمستهلك والمتعاملين معها ، ويمكننا عرض أبرز مميزات التجارة الإلكترونية بإيجاز على النحو الآتي: (١)

- ١- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بين المتعاملين ، وبذلك تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات ، كما تسهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروع وتحقيق أهدافها .
- ٢- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة مع البائعين والمستثمرين ، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع مباشرة للمستهلك.
- ٣- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة مما يمسح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو الدفع.

العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. اقبال جاسم جعفر

٤- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل المنتجين والمستهلكين لا سيما في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص.

إن مزايا التجارة الالكترونية المطروحة أمامنا توفر الفرصة لاستغلال هذا النمط من الأعمال للقطاعات المختلفة لبلوغ السوق وتحقيق إنجازات اقتصادية كبيرة لا تتيحها التجارة التقليدية . وهي تشرع الأبواب لرؤوس الأموال الصغيرة لإنشاء المشاريع بما يتناسب مع فرص الاستثمار المتوفرة عمليا. وقد برز عمليا أهمية التجارة الالكترونية حيث كانت توقعات (International Data Corp (IDC تشير إلى أن التجارة الالكترونية في الولايات المتحدة سترتفع من ٣٥٠.٣٨ مليار دولار في عام ٢٠٠٠ إلى أكثر من ٣.١٤ ترليون في عام ٢٠٠٤ ، وأن نسبة المشاركة لآسيا سترتفع من ٥% في عام ٢٠٠٠ إلى ١٠% في عام ٢٠٠٤. وأن حجمها سيزيد من ٧٦.٧٨ مليار دولار إلى ٣٣٨.٥ مليار دولار في نهاية عام ٢٠٠٤.

المبحث الثاني / أنواع التجارة الالكترونية وآثارها الاقتصادية

إن تعدد استخدامات التجارة الالكترونية سواء أكان من القطاع الحكومي أم القطاع الخاص أدى إلى تنوعها بحسب الجهة المستفيدة من قطاع الشركات والقطاع الحكومي والمستهلكين، وجميعها تطبق باستخدام الحاسوب وشبكة الأنترنت الدولية. ولكن المهم هو أن تتعرف الجهة المستخدمة لها في أي مجال يمكنها الاستفادة أكثر في هذا النوع من التجارة ، من خلال التخلي عن الأسلوب التقليدي وإنشاء المواقع التجارية عبر شبكة الانترنت للترويج وتخطي عقبات الإنتاج، والتوزيع، والبيع وما إلى ذلك لتحقيق مردود اقتصادي يوازي عملية الإنتاج . فالتجارة الالكترونية تشمل على

العوامل الأساسية لتطوير التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر
أنواع مختلفة للتعامل وأطراف مختلفة للمتعاملين. سيستعرض هذا المبحث الأنواع
الشائعة والأكثر رواجاً.

أولاً: الأعمال إلى الأعمال (Business to Business)

ويعرف ببساطة B2B بأنها المبادلات التجارية بين الشركات. هذا النوع يمثل حوالي ٨٠٪ من التجارة الإلكترونية ، ويتوقع أغلب الخبراء أنها ستستمر في النمو بشكل أسرع من الأنواع الأخرى. وتتكون بنية (B2B) من عنصرين أساسيين: البنية الإلكترونية، والأسواق الإلكترونية. وتكون الأسواق عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت حيث يتفاعل الباعة والمشترون ، وتتداول المعاملات .^(٧) ومن الأمثلة الأكثر شيوعاً لـ (B2B) ونماذج لأفضل الممارسات هي شركات آي بي إم وهيو ليت باكارد (HP)، وسيسكو، وديل. على سبيل المثال، إذ إن سيسكو تتلقى أكثر من ٩٠٪ من ناتجها كأوامر عبر شبكة الإنترنت.

معظم تطبيقات B2B هي في مجالات إدارة الموردين (ترتيب عمليات أوامر الشراء) وإدارة المخزون (أي إدارة أوامر نظام الشحن الدورية)، وإدارة التوزيع (وخصوصاً في نقل وثائق الشحن)، إدارة قناة (نشر المعلومات المتعلقة بالتغيرات في العمليات والشروط)، وإدارة الدفع (على سبيل المثال، أنظمة الدفع الإلكترونية أو EPS).^(٨)

وبحسب التقارير فقد ازدادت حصة هذا النوع من التجارة الإلكترونية في التجارة الإلكترونية العالمية الإجمالي من ٧٩.٢٪ في عام ٢٠٠٠ إلى ٨٧٪ في عام ٢٠٠٤.^(٩)

ثانيا: من قطاع الأعمال إلى المستهلك (Business to Consumer)

هذا هو ثاني أكبر وأقدم شكل من أشكال التجارة الإلكترونية. ويمكن إرجاع أصولها إلى تجارة التجزئة على الإنترنت . ويشمل جمع المعلومات ، وشراء السلع المادية (أي الملموسات مثل الكتب أو المنتجات الاستهلاكية) أو سلع المعلومات (أو السلع الإلكترونية المادة أو المحتوى الرقمي، مثل البرمجيات، أو الكتب الإلكترونية)، وللحصول على معلومات السلع، وتلقى المنتجات الإلكترونية عبر الإنترنت.^(١٠) وهكذا، فإن أعمال B2C الأكثر شيوعا هي شركات تجارة التجزئة على الإنترنت مثل Amazon.com ، Drugstore.com ، Beyond.com، وبارنز ونوبل وToysRus. إن التطبيقات الأكثر شيوعا لهذا النوع من التجارة الإلكترونية هي في مجالات شراء المنتجات والمعلومات، وإدارة الشؤون المالية الشخصية، التي تنتمي إلى إدارة الاستثمارات الشخصية والمالية مع استخدام أدوات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.^(١١) وقد كانت التقديرات في جميع أنحاء العالم للتجارة الإلكترونية B2C إن الإيرادات ستزيد في الولايات المتحدة ٥٩٧٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠ دولار في عام ٢٠٠٠ إلى ٤٢٨١٠٠٠٠٠٠٠٠٠٠ دولار بحلول عام ٢٠٠٤. وأن معاملات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت تشكل حصة كبيرة من هذه السوق. و قدرت أيضا أن في منطقة آسيا و المحيط الهادئ ستسجل عائدات B2C رقما متواضعا بالمقارنة مع B2B، ذهبت مع ذلك ما يصل إلى ٨.٢ مليار دولار بحلول نهاية عام ٢٠٠١، ومع تضاعف الرقم في نهاية عام ٢٠٠٢، في إجمالي المبيعات في جميع أنحاء العالم إلا أن مبيعات B2C أقل من ١٠٪.

تعمل التجارة الإلكترونية B2C على تخفيض تكاليف المعاملات عن طريق زيادة حصول المستهلكين على المعلومات والسماح لهم العثور على أكثر الأسعار تنافسية لمنتج أو خدمة. وهي أيضا تقلل حواجز الدخول إلى الأسواق .^(١٢)

ثالثا : من الشركات إلى الحكومة (Business to Government)

يعرف هذا النوع من التجارة الإلكترونية عادة بين الشركات والحكومة أو بين الشركات والقطاع العام . فإنه يشير إلى استخدام المواطنين الانترنت لغرض إجراءات الشراء والحصول على الترخيص، وغيرها من العمليات الحكومية ذات الصلة. لهذا النوع من التجارة الإلكترونية خاصيتان: أولاً أنه يمارس فيه القطاع العام دوراً رائداً في تأسيس التجارة الإلكترونية، وثانياً إن القطاع العام بأشد الحاجة لجعل نظام مشروعاته أكثر فعالية.^(١٣) توفر سياسات الشراء على شبكة الإنترنت زيادة الشفافية في عملية الشراء (ويقلل من خطر وجود مخالفات). ومع ذلك، فإن حجم التجارة الإلكترونية B2G بوصفه عنصراً من مجموع التجارة الإلكترونية ضئيل، ونظم الشراء الإلكتروني الحكومي لا تزال غير متطورة.

رابعا : المستهلك إلى المستهلك (Consumer to Consumer,)

هذا النوع من التجارة مجرد التجارة بين القطاع الخاص من الأفراد أو المستهلكين . ويتميز هذا النوع من التجارة الإلكترونية في نمو الأسواق الإلكترونية والمزادات على الانترنت، لا سيما في الصناعات الرأسية حيث يمكن للشركات تحويل ما يريدون من بين موردين متعددين.^(١٤) ومن المتوقع أن تطور هذا النوع سيفتح أسواقاً جديدة . كما أن هناك معلومات قليلة عن الحجم النسبي للتجارة الإلكترونية C2C العالمية. ومع ذلك، فإن أرقام C2C من المواقع الأكثر شعبية مثل موقع ئي باي ونابستر تشير إلى أن هذه السوق كبيرة جداً. وتمكنت هذه المواقع من تحقيق أرباح الملايين من الدولارات في المبيعات في كل يوم.^(١٥)

خامسا: التجارة المتنقلة M-commerce

التجارة المتنقلة هي بيع وشراء السلع والخدمات من خلال أجهزة لاسلكية، وتكنولوجية، أي المحمولة مثل الهواتف الخلوية و الرقمية والأجهزة المساعدة الرقمية الشخصية (PDAS). وينظر إلى اليابان باعتبارها الشركة الرائدة عالميا في التجارة المتنقلة. كما أن تسليم المحتوى عبر الأجهزة اللاسلكية أصبح أسرع وأكثر أمنا وقابلية للتطوير. ويعتقد البعض أن هذا النوع سيتجاوز السلكية والتجارة الإلكترونية باعتبارها الأسلوب المفضل لمعاملات التجارة الرقمية. وقد يكون هذا صحيحا بالنسبة لآسيا والمحيط الهادئ، حيث يوجد عدد مستخدمي الهاتف المحمول أكثر من وجود عدد مستخدمي الانترنت.⁽¹⁷⁾ توقعت فورستر للأبحاث ٣.٤ مليار دولار أمريكي مبيعات مغلقة باستخدام هواتف المساعد الرقمي الشخصي والخليوي بحلول عام ٢٠٠٥.^(1٧)

إن من أكثر فوائد التجارة الإلكترونية بأنواعها المختلفة أنها تضيف قوة اقتصادية ناتجة من انخفاض تكاليف الاتصالات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، إذ تكون المعاملات الإلكترونية أسرع وأكثر اقتصادية مع الموردين مع انخفاض كلفة تقاسم المعلومات العالمية والإعلان، إضافة إلى أنها تعد خدمة رخيصة للزبائن.

ومن أهم آثارها الاقتصادية هو:^(1٨)

- أ- رفع الكفاءة والقدرة التنافسية من خلال الاستثمار الجيد للوقت.
- ب- سرعة إنجاز المعاملات مما يزيد من الكفاءة ويقلل الفساد الإداري.
- ج- توفير فرص للمستهلك للحصول على السلعة والخدمة الجيدة بسعر أقل ووقت أقصر.

العوامل الأساسية لتطوير التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر

لقد منحت التجارة الإلكترونية فرصاً للشركات الصغيرة بأن تدخل السوق وتحقيق واردات اقتصادية كبيرة من خلال الترويج لمعاملاتها عبر الإنترنت من دون الحاجة إلى معتمدين في الدول الأخرى ، ومنحت أيضاً فرصة للمستهلك بالتسوق من غير عناء السفر أو التنقل ولمختلف المستويات. وبذلك فقد شكلت التجارة الإلكترونية بوابة للاقتصاد والتنمية بمختلف الأوجه ، فهي توفر فرص المبيعات للبائع، وتزيد فرص المشتريات للمشتري أيضاً . ويرى الباحث أن تطورا سيشهد على استعمال التجارة الإلكترونية بأنواعها المختلفة وسيتدخل التطور التكنولوجي المضطرب بإيجاد أشكال أخرى أكثر سرعة كأن تدمج بين تقنيتين أو أكثر في النوع الواحد من التجارة وذلك بحسب الأعمال التي تمارس من المؤسسات التي تمارس العمل الإلكتروني.

المبحث الثالث / تنامي البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي:

من المهم تحديد العوامل الرئيسية للتجارة الإلكترونية لمعرفة مستوى النمو في مختلف الدول. ويمكن قياس هذه العوامل الرئيسية عبر عدد من المعايير التي يمكن أن تسلط الضوء على مراحل تقدم التجارة الإلكترونية في كل من الدول المعنية ، وتحديد مستوى النهوض بالتجارة الإلكترونية وتتلخص في العوامل التكنولوجية، والسياسية، والاجتماعية. ويمكن قياس مستوى النمو في دول مجلس التعاون الخليجي عبرها.

١- العوامل التكنولوجية

وتعني درجة التقدم في البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية التي توفر لرجال الأعمال والمستهلكين الوصول إلى التكنولوجيا الجديدة ومن ثم تنامي التجارة الإلكترونية.^(١٩)

العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. اقبال جاسم جعفر

تقوم التجارة الالكترونية على الوسائل الالكترونية ، ويقصد بها الكمبيوتر الذي يتيح الربط بينه وبين الأنظمة الأخرى لغرض تبادل المعلومات وانتقالها وتحقيق عمليات الدخول إلى النظام ومنه إلى الأنظمة الأخرى، وبالتالي تشكيل شبكة تنظم إدخال البيانات ومعالجتها وتصميم عرضها واسترجاعها ، ومن ثم تناقل المعلومات باتجاهين ، من النظام وإليه، ويقصد بالنظام حلول أو برمجيات التجارة الالكترونية ، التي تنظم أعمال الشركات في موقع على الشبكة لعرض المنتجات أو الخدمات وما يتصل بها إضافة إلى أنشطة الإعلام وآليات التسويق ومن هنا بات الانترنت ، يمثل الحل الأمثل ، فقد ارتبط نمو التجارة الالكترونية ، بل وجودها بها ، فان نموا كبيرا ومطردا قد تحقق في سوق خدمات الإنترنت والاتجاه نحو التجارة الإلكترونية ، ففي المدة من (٢٠٠٠ - ٢٠١٢) ازداد مستخدمو الشبكة العالمية بنسبة ٥٦٦,٤%، إذ سجل عدد المستخدمين في العالم (٣٦٠,٩٨٥,٤٩٢) شخصا في العام ٢٠٠٠ ، وازدادت أعداد المستخدمين لتصل إلى (٢,٤٠٥,٥١٨,٣٧٦) شخصا في العام ٢٠١٢. ^(٢٠) والعدد في تزايد مستمر.

لقد أدركت دول مجلس التعاون الخليجي أهمية وسائل الاتصال المتمثلة بشبكة الانترنت ، وخطوط الهاتف وقد شهدت تطورا ملحوظا على المستوى العربي والعالمي ومن ملاحظة بيانات الجدول رقم (١) يتبين نسبة انتشار المستخدمين للانترنت .

الجدول رقم (١)

نسبة انتشار المستخدمين للانترنت في دول مجلس التعاون الخليجي
للمدة (٢٠١٠-٢٠٠٠)

التسلسل	الدولة	عدد المستخدمين للانترنت لكل ١٠٠ شخص للعام (٢٠٠٠)	عدد المستخدمين للانترنت لكل ١٠٠ شخص للعام (٢٠١٠)
١	الامارات العربية المتحدة	٢٤	٧٨
٢	قطر	٥	٦٩
٣	عمان	٤	٦٣
٤	البحرين	٧	٥٥
٥	المملكة العربية	٢	٤١
٦	السعودية الكويت	٧	٣٨

Source: International Telecommunications Union (ITU)

<http://www.itu.int/ITU-ict/index.html> .

United Nations E-Government Survey, **Statistical annex**, New York 2010.

لقد حققت دول المجلس تطورا كبيرا وملحوظا للمدة (٢٠١٠-٢٠٠٠) ، فقد احتلت الامارات العربية المتحدة الترتيب الأول إذ ارتفعت نسبة الانتشار من ٢٤% لعام ٢٠٠٠ إلى ٧٨% ، تليها قطر التي سجلت ارتفاعا من ٥% عام ٢٠٠٠ إلى ٦٩% ، وقد حققت جميع دول المجلس نموا في عدد المستخدمين إلا أن النسبة ماتزال دون ٥٠% في كل من الكويت والمملكة العربية السعودية .

أما على مستوى خطوط الهاتف الثابت المستخدمة في دول المجلس فقد أظهرت بيانات الجدول رقم (٢) ما يأتي :

الجدول رقم (٢)

عدد المشتركين بالهاتف الثابت في دول مجلس التعاون الخليجي
للمدة (٢٠٠٠-٢٠١٠)

عدد المستخدمين للهاتف الثابت للعام (٢٠١٠)	عدد المستخدمين للهاتف الثابت للعام (٢٠٠٠)	الدولة	التسلسل
٢٩٢,٢١٦	١٦٠,١٩١	قطر	١
٥٦٦,٣٠٠	٤٦٧,٠٦٢	الكويت	٢
٤,١٦٥,٧٥٠	٣,٩٦٤,٧٣٠	المملكة العربية السعودية	٣
٢٢٨,٠٠٠	١٧٠,٩٧٦	البحرين	٤
٢٨٣,٩٤١	٢٢١,٨٠٧	عمان	٥
١,٤٧٩,٤٨٥	١,٠٢٠,٠٩٧	الامارات العربية المتحدة	٦

Source: International Telecommunications Union (ITU)

<http://www.itu.int/ITU-ict/index.html> .

United Nations E-Government Survey, **Statistical annex**, New York 2010.

تسجيل المملكة العربية السعودية أكبر عدد من المستخدمين للهاتف الثابت و يبلغ (٣,٩٦٤,٧٣٠) للعام ٢٠٠٠ ، وارتفع إلى (٤,١٦٥,٧٥٠) في العام ٢٠١٠ ، وتسجل جميع دول المجلس ارتفاعا إلا أنه ليس كبيرا وأحيانا يكون ثابتا ، وكما يبين الجدول رقم (٣)

جدول رقم (٣)

نسبة المشتركين بالهاتف الثابت في دول مجلس التعاون الخليجي
للمدة (٢٠١٠-٢٠٠٠)

التسلسل	الدولة	عدد المستخدمين للهاتف الثابت لكل (١٠٠) شخص للعام (٢٠٠٠)	عدد المستخدمين للهاتف الثابت لكل (١٠٠) شخص للعام (٢٠١٠)
١	قطر	١٧	٢٧
٢	الكويت	٢١	٢٤
٣	المملكة العربية السعودية	١٥	١٥
٤	البحرين	١٨	٢٧
٥	عمان	١٠	١٠
٦	الامارات العربية المتحدة	٢٠	٣٤

Source: International Telecommunications Union (ITU)..

<http://www.itu.int/ITU-ict/index.html> .

United Nations E-Government Survey, **Statistical annex, New York, 2010.**

حيث تصدرت الإمارات العربية المتحدة للمدة من (٢٠١٠-٢٠٠٠) في عدد مستخدمي الهاتف الثابت من ١٧% في العام ٢٠٠٠ إلى ٣٤% في العام ٢٠١٠ بينما بقيت المملكة العربية السعودية بنسبة ١٥% ، وكذلك عمان فقد سجلت ١٠% للمدة نفسها. بينما حققت دول المجلس تطورا كبيرا في عدد المستخدمين للهاتف النقال وكما يبين الجدول رقم (٤) .

الجدول رقم (٤)

عدد المشتركين بالهاتف النقال في دول مجلس التعاون الخليجي
للمدة (٢٠١٠-٢٠٠٠)

الترتيب	الدولة	عدد المستخدمين للهاتف النقال (٢٠٠٠)	عدد المستخدمين للهاتف النقال (٢٠١٠)
١	قطر	١٢٠,٨٥٦	2 329 255
٢	عمان	١٦٢,٠٠٠	4 606 133
٣	المملكة العربية السعودية	١,٣٧٥,٨٨١	51 564 375
٤	الكويت	٤٧٦,٠٠٠	4 400 000
٥	البحرين	٢٠٥,٧٢٧	1 567 000
٦	الامارات العربية المتحدة	١,٤٢٨,١١٥	10 926 019

Source: International Telecommunications Union (ITU).,

<http://www.itu.int/ITU-ict/index.html>

United Nations E-Government Survey, **Statistical annex**, New York 2010.

إذ يتبين أن هناك تفوقاً لإعداد المستخدمين للهاتف النقال في المملكة العربية السعودية إذ بلغ (١,٣٧٥,٨٨١) في العام ٢٠٠٠ ليرتفع إلى (١,٥٦٤,٣٧٥) في العام ٢٠١٠ تليها دولة الإمارات العربية المتحدة بـ (١,٤٢٨,١١٥) في العام ٢٠٠٠ ليصل إلى (١٠,٩٢٦.٠١٩) في العام ٢٠١٠. ويبين الجدول رقم (٥) نسبة المشتركين بالهاتف النقال الذي يمكن من خلاله التعرف على مستوى التطور في هذا العامل .

الجدول رقم (٥)

نسبة المشتركين بالهاتف النقال في دول مجلس التعاون الخليجي
للمدة (٢٠٠٠-٢٠١٠)

الترتيب	الدولة	عدد المستخدمين للهاتف النقال لكل ١٠٠ شخص (٢٠٠٠)	عدد المستخدمين للهاتف النقال لكل ١٠٠ شخص (٢٠١٠)
١	قطر	٢٠	١٢٤
٢	عمان	٧	١١٦
٣	المملكة العربية السعودية	٧	١٤٣
٤	الكويت	٢٥	٩٧
٥	البحرين	٣٢	١٨١
٦	الامارات العربية المتحدة	٤٧	٢٠٩

Source: International Telecommunications Union (ITU).

<http://www.itu.int/ITU-ict/index.html> .

United Nations E-Government Survey, **Statistical annex, New York, 2010.**

إذ حققت الإمارات العربية المتحدة أعلى نسبة حيث بلغت ٤٧% في العام ٢٠٠٠ لترتفع إلى أعلى مستوى وهو ٢٠٩% في العام ٢٠١٠ وجميع دول المجلس حققت طفرة كبيرة في هذا القطاع مقارنة بالهاتف الثابت . إذ أنها تعمل على تطويره عبر المشاريع التي منحت الرخص إلى الشركات غير الحكومية للاستثمار في هذا المجال .

العوامل الأساسية لتطوير التكنولوجيا في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر
حيث تنوعت طرق الاستثمار بين التنافسية والاحتكار والثنائية وقد شكلت
دول المجلس هيئات اتصال مستقلة ماعدا الكويت التي هي قيد الدراسة فقد بقيت
الإمارات العربية تدير الاتصالات بصورة ثنائية بمستوياتها الثلاثة أما البحرين فقد بقي
الهاتف الثابت محتكرا وهي تفتح باب التنافس في الانترنت.^(٢١)

ويتضح أن هنالك علاقة بين تطور الاتصالات وفتح باب التنافسية أو تحريره من
الاحتكار الحكومي . فقد اشارت الدراسات^(٢٢) إلى زيادة معدلات نفاذ خدمات الانترنت
في الدول التي قامت بإصلاحات خاصة تلك التي نفذت برامج لخصخصة قطاع
الاتصالات فيها.

وكذلك يعتمد تطور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى الإنفاق
عليه. ويبين الجدول رقم (٦) تفوق الإمارات العربية المتحدة على دول مجلس التعاون
الخليجي فقد اقتربت نسبة قيمة الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونسبتها
من الناتج المحلي الإجمالي إلى النسبة المئوية للعالم ، ونلاحظ تزييدا بالإنفاق للسنوات
الثلاث مما يبين أنها تبدي اهتماما واضحا بهذا القطاع . وقد بدا واضحا في نصيب
الفرد من هذا القطاع ، إذ سجلت الإمارات تفوقا في عدد المستخدمين للانترنت ٦٥
لكل ١٠٠ فرد و ٣٤ لكل ١٠٠ فرد هاتف ثابت و ٢٠٩ لكل ١٠٠ فرد هاتف نقال للعام
٢٠١٠ وهي أعلى نسب في دول مجلس التعاون الخليجي.

جدول رقم (٥)

الاتفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونسبته من الناتج المحلي الاجمالي

(٢٠٠٥، ٢٠٠٦، ٢٠٠٧)

الدولة	الناتج المحلي الاجمالي			قيمة الاتفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونسبتها من الناتج المحلي الاجمالي		
	(بملايين الدولارات)			(نسبة مئوية)	(بملايين الدولارات)	(بملايين الدولارات)
الإمارات العربية المتحدة	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥
	١٣٣٩٦	١٣٣٩٦	١٣٣٠٠٠	..	٧١٠٦	٧١٠٦
الكويت	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥
	١٠١٦٤٧	١٠١٦٤٧	٨٠٧٩٨	١١٢١١٦	٤٣٤٧	٣٧٤٨
المملكة العربية السعودية	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥
	٣٥٦٦٣٠	٣٥٦٦٣٠	٣١٥٥٨٠	١٧٩٧٠	١٥٨٣٧	١٣٧٢٨
العالم	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥
	٤٨٤٤٧٩٢	٤٨٤٤٧٩٢	٤٥٢٣٢١٤١	٣٥٤٥٠٩٧	٣٢٠٥٧٤٠	٢٩٦٤٠٣٩

Source: The World Bank, World Development Indicators Online, 28 October, 2009, www.worldbank.org

العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر

ان الاهتمام المتزايد الذي توليه دول المجلس لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سيؤدي حتما إلى انتشار استخدام الانترنت وبالتالي تهيئة البيئة المناسبة لتفعيل التجارة الالكترونية واندماج مجتمعاتها بالعالم الرقمي الذي تبنته معظم الدول المتقدمة وحققت فيه تقدما اقتصاديا كبيرا ، إن خدمة الانترنت هي عامل أساسي للتحويل نحو التعاملات الالكترونية وأن توفره عبر وسائل الاتصالات أمر ضروري لتمكين الأفراد من التعامل السريع واليسير مع هذه الخدمة ، ناهيك عن أن انتشار الانترنت يعتمد على توفر عناصر أساسية منها أجهزة الحاسب الآلي الشخصية والهواتف وإمكانية الدخول إلى الانترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشاركين والمستخدمين المحتملين للانترنت.

ثانيا: العوامل السياسية :

ويقصد بها دور الحكومة في خلق حكومة التشريعات والمبادرات والتمويل لدعم استخدام وتطوير التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات.

وتشمل التشريعات والقوانين للقواعد التي تتلائم مع طبيعة التجارة عبر الانترنت وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني التنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الالكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها . كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الالكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الانترنت أو عبر البريد الالكتروني والشروط اللازمة لتلك وفض النزاعات التجارية الالكترونية سواء أكانت في داخل المجتمع أم بين أطراف في دول مختلفة وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريا عبر شبكة الانترنت. (٢٣)

إن من أكبر الصعوبات التي تعترض الحصول على معايير التجارة الالكترونية الكاملة عدم الثقة في استخدام الانترنت كوسط للاتصالات لأن الإطار القانوني للتجارة الالكترونية بين الشركات ليس ضعيفا كما هو الحال عليه في التجارة الالكترونية بين

العوامل الأساسية لتطوير الإلكترونيات في دول مجلس التعاون الخليجي م. اقبال جاسم جعفر

الشركات والمستهلكين على اعتبار أن التجارة الإلكترونية بين الشركات تبنى بشكل كبير على قوانين جاهزة ومجربة وعلى وجود قانون دولي خاص وعلى حرية العقود وخيار التعاقد في المحكمة وكذلك إجراءات التحكيم ذات الفعالية العالية . ويبدو أن أكبر قلق تعاني منه دول مجلس التعاون الخليجي في هذا المجال هو احتمال كشف الشبكة الداخلية للمؤسسات على الانترنت واحتمال تعرض المعلومات التي ترسل عبر الانترنت للخطر . كذلك غياب القوانين التي تدعم التعاملات الإلكترونية.

أطلقت بعض دول مجلس التعاون الخليجي مبادرات من أجل وضع إطار قانوني لحماية تعاملات التجارة الإلكترونية بين الشركات في السوق التي تلعب دورا في إفراز بعض التغييرات الايجابية في سلوك المستخدمين نحو الانترنت. لقد وضعت إمارة دبي قانونا للتعاملات والتجارة الإلكترونية عام ٢٠٠١ في حين وضع قانون مشابه يحمي التجارة الإلكترونية أيضا في البحرين في ٢٠٠٢. وفي أوائل ٢٠٠١ عهدت المملكة العربية السعودية إلى مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية مهمة تطوير البنية التحتية الخاصة بتقنية المفتاح العمومي (PKI) للمملكة ، وكذلك تطوير الإطار القانوني من أجل تنظيم وإدارة الشهادات الرقمية واستخدام التوقيع الرقمي وقد انتقل هذا الدور إلى المركز الوطني للتصديق في عام ٢٠٠٥. (٢٤)

أنجزت كل من دبي وعمان والمملكة العربية السعودية وضع قوانين المداولات الإلكترونية. ونظمت لها السجلات الإلكترونية ورسالة المعلومات وزمن ومكان إرسالها والعقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية في ضمن هذه القوانين . كما نصت على سلطات التوثيق وعلى تجريم بعض أشكال الأفعال ذات الصلة بالجرائم الإلكترونية . أما عمان فقد أفردت فصلا في قانون حماية البيانات الشخصية للمداولات الإلكترونية رقم ٦٩ / ٢٠٠٨. (٢٥) كما أصدرت قطر قانونا يحتوي ٧٠ مادة قانونية في عام ٢٠١٠ ، ويختص القانون بتنظيم المعاملات التجارية كافة التي تتم عن طريق الشبكة

العوامل الأساسية لتطوير الإلكترونيات في دول مجلس التعاون الخليجي م. اقبال جاسم جعفر

الإلكترونية ، وإيضاح طرقها وضوابطها وعواقب مخالفتها، لحماية التاجر والمستهلك معاً. وقام المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (أي سي تي قطر) بتطوير القانون بعد إجراء مشاورات حول مسودة القانون مع الجهات الحكومية ذات الصلة. وتم تكليف المجلس بصياغة اللوائح والقوانين اللازمة.^(٢٦) أما الكويت فالمشروع مازال قيد الدراسة على المستوى الحكومي. ويبين الجدول رقم (٧) القوانين التي تم إنجازها في دول المجلس ، حيث أكملت كل من قطر والبحرين والإمارات العربية المتحدة قوانين التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية فيما تخلفت الكويت عن إنجاز قوانين الثلاثة ، ولم يكتمل في عمان والمملكة العربية السعودية قانون التجارة الإلكترونية.

ويبين الجدول رقم (٧)

قوانين التجارة الإلكترونية المنجزة في دول مجلس التعاون الخليجي

الدولة	التوقيع الإلكتروني	المعاملات الإلكترونية	التجارة الإلكترونية
البحرين	قانون ٢٨، ٢٠٠٢	قانون ٢٨، ٢٠٠٢	قانون ٢٨، ٢٠٠٢
الكويت	-	-	-
عمان	قانون ٦٩، ٢٠٠٨	قانون ٦٩، ٢٠٠٨	-
قطر	قانون ١٦، ٢٠٠٢	قانون ١٦، ٢٠٠٢	قانون ١٦، ٢٠٠٢
المملكة العربية السعودية	٢٠٠٧	٢٠٠٧	-
الإمارات العربية المتحدة	قانون ١، ٢٠٠٦	قانون ١، ٢٠٠٦	قانون ١، ٢٠٠٦

Source: Reports of the ESCWA project on cyber legislation.

مازالت هذه التشريعات والقوانين قاصرة حيث لم تستكمل جميع دول مجلس التعاون الخليجي قوانينها لتشمل كل مايتعلق بالتجارة الإلكترونية كتشريعات المصارف الإلكترونية ومعالجة التحويل الإلكتروني أو المقاصة الإلكترونية .

العوامل الأساسية لتطوير التكنولوجيا في دول مجلس التعاون الخليجي م. اقبال جاسم جعفر

إن الغاية من التشريعات حول التجارة الإلكترونية هي تيسير التعامل التجاري على صعيد الخدمات والبضائع وشرائها في البيئة الرقمية وعبر الوسائل الإلكترونية والمساواة بين وسائل التعاقد والتبادل التجاري وأدوات إثباته المستخدمة في البيئتين العادية والإلكترونية . وكما يجب أن تكون غاية القانون تحقيق أمن المداورات التجارية الإلكترونية وإشاعة الطمأنينة حيال استخدامها وتيسير الإجراءات القضائية وأعمال الحقوق في بيئتها.

ثالثاً:- العوامل الاجتماعية

ويقصد بها مستوى التقدم في التعليم والتدريب التي تمكن كلا من المشتريين المحتملين والقوى العاملة لفهم واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات . إذ يعد التعليم الركيزة الأساسية للتنمية البشرية ولبناء مجتمع معلوماتي يمتلك المعرفة ليتمكن من التعامل مع هذه التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الأسواق الإلكترونية المقدمة عبر تقنية التجارة الإلكترونية .

يشير تقرير التنمية البشرية الصادر في ٢٠١٠ إلى أنه من الضروري أن تكون للتنمية البشرية أهدافها المحددة ، ومنها الإلمام بالقراءة والكتابة والتعليم للجميع ويجب أن تكون هي هدفا عاما والمحور الرئيس لعملية التنمية. إذ يبلغ التحصيل العلمي في مختلف أنحاء العالم اليوم مستوى من الارتفاع لم يبلغه في أي وقت في الماضي ، وهذا ما تبينه مختلف مقاييس التعليم ففي عام ١٩٦٠ كان متوسط سنوات الدراسة التي يمضيها شخص من الفئة العمرية ١٥ سنة أو أكثر أقل من أربع سنوات وفي عام ٢٠١٠ تضاعف هذا المتوسط على الصعيد العالمي وازداد ثلاث مرات في الدول النامية (من ١.٩ إلى ٦.٤) ومنذ ١٩٩٠ ارتفع متوسط سنوات الدراسة بمعدل سنتين تقريبا وارتفع معدل الالتحاق الإجمالي بالمدارس ١٢% ، بينما ارتفع معدل الإلمام بالقراءة والكتابة من ٧٣ إلى ٨٤ في المائة وكان التقدم شاملا ، إذ لم يشهد أي بلد

العوامل الأساسية لتطوير التكنولوجيا في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر
تراجعا في الإلمام بالقراءة والكتابة أو في متوسط سنوات الدراسة منذ عام ١٩٧٠ واتسع نطاق التعليم منذ عام ١٩٦٠ ليشمل المزيد من الأشخاص إذ ارتفعت نسبة الأشخاص المتحقين بالمدارس من ٥٧ إلى ٨٥ بالمائة وهذا يعني أن بلدانا حققت نجاحا في التعليم. (٢٧)

ويمكننا التعرف على واقع التعليم في دول مجلس التعاون الخليجي موضوع الدراسة بحسب ماتوفر من البيانات من خلال عدد من المؤشرات منها محو الأمية ، وإجمالي المتحقين بالمدارس الابتدائية والثانوية والتعليم العالي وحجم الإنفاق عليه.

١- تنامي التعليم في دول مجلس التعاون الخليجي

يوضح الجدول رقم (٨) مؤشرات التعليم في دول مجلس التعاون الخليجي في العام ٢٠١٠.

جدول رقم (٨)

رأس المال البشري (٢٠١٠)

الدولة	المؤشر	قيمة المؤشر	نسبة محو امية الكبار (%)	اجمالي مجموع المتحقين بالمدارس الابتدائية والثانوية والتعليم العالي (%)
البحرين	٦٥	٠.٨٩٣٣	٨٨.٨٠	٩٠.٣٨
قطر	٧٤	٠.٨٨٨٦	٩٣.١٠	٨٠.٣٨
الكويت	٨٨	٠.٨٧٦٤	٩٤.٥٠	٧٣.٩٢
المملكة العربية السعودية	١٠٦	٠.٨٣٤٦	٨٥.٠٠	٨٠.٣٩
الامارات العربية المتحدة	١١٦	٠.٨١٩٢	٩٠.٠٠	٦٥.٧٦
عمان		٠.٧٩٨٠	٨٦.٧٠	٦٦.٠٠

Source: United Nations E-Government Survey, **Statistical annex** , New

York, 2010.

العوامل الأساسية لتطوير التكنولوجيا في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. اقبال جاسم جعفر

الذي تصدر فيه البحرين دول مجلس التعاون الخليجي ، فهي تحتل المؤشر ٦٥ من بين ١٩٢ دولة في العالم في تنمية رأس المال البشري ، وقيمة المؤشر (٠,٨٩٣٣) نقطة ، وينسب عالية في مجال محو الأمية للكبار وقدرها (٨٨%) ، أما إجمالي المتحقين بالمدارس الابتدائية والثانوية والتعليم العالي فبنسبة (٩٠,٣٨٥%). تليها دولة قطر بمؤشر ٧٤ ، وقيمه (٠,٨٨٨٦) نقطة، وتتفوق على البحرين في نسبة محو الأمية (٩٣,١٠%) ، أما نسبة إجمالي مجموع المتحقين بالمدارس فهي (٨٠.٣٨%). وعموما فإن مؤشر التعليم في دول المجلس ذو قيمة عالية ويصل إلى حد الإثباع ماعدا نسب الإمارات العربية المتحدة وعمان الواطنة في إجمالي مجموع المتحقين بالمدارس والتعليم العالي . ومن الجدول رقم (٩) يمكن معرفة حجم التنامي في التعليم في دول مجلس التعاون كالاتي:

الجدول رقم (٩)

معدلات التعليم في دول مجلس التعاون الخليجي للفترة

(٢٠٠٥-١٩٨٠)

الدولة	الامام بالقراءة والكتابة لدى البالغين (%)		الالتحاق بالتعليم الثانوي (%)		الالتحاق بالتعليم العالي (%)	
	١٩٨٠	٢٠٠٥	١٩٨٠	٢٠٠٦	١٩٨٠	٢٠٠٥
الإمارات العربية المتحدة	٧٠	٨٩	٥٢	٩٢	٣	٢٣
البحرين	٧٢	٨٨	٦٤	١٠٢	٥	٣٣
السعودية	٤٨	٨٤	٣٠	٩٤	٧	٢٩
عمان	-	٨٣	١٢	٩٠	١٢	١٨
قطر	٧٠	٨٩	٦٦	١٠٣	١٠	١٩
الكويت	٦٨	٩٤	٢٨	٨٩	١١	١٩

المصدر: قاعدة بيانات اليونسكو للاحصاء

www.unesco.org/new/ar/culture/resources/databases/

- معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة عند البالغين، تشير النسب الموضحة في الجدول إلى أن دول المجلس قد شهدت نموا مرتفعا في محو الأمية لدى الكبار وهو ما يعد من أهم المؤشرات التي تشير إلى حجم الاستثمار في تطوير رأس المال البشري. إذ بلغت في المملكة العربية السعودية أدنى مستوى في عام ١٩٨٠ بنسبة ٤٨% إلا أنها ارتفعت إلى ٨٤% في عام ٢٠٠٥ وسجلت جميع دول المجلس ارتفاعا في المعدلات فقد وصلت إلى ٩٤% في الكويت .
- ارتفاع معدلات الالتحاق بالتعليم الثانوي للفترة من ١٩٨٠ - ٢٠٠٦ فقد سجلت عمان أدنى معدل في عام ١٩٨٠ إلا أنها ارتفعت إلى ٩٠% في عام ٢٠٠٦ وترتفع المعدلات في كل من البحرين وقطر إلى أكثر من ١٠٠% وهذا يبين أن هذه الدول وصلت إلى حد الإشباع في هذا المجال.
- مازالت معدلات الملتحقين بالتعليم العالي للمدة ١٩٨٠-٢٠٠٥ منخفضة إلا أنها سجلت نموا في حين أن عمان قد سجلت أدنى معدل والبالغ >١ في عام ١٩٨٠ فقد ارتفعت إلى ١٨% وتسجل البحرين أعلى نمو والبالغ ٣٣% في عام ٢٠٠٥.

٢- تنامي حجم الإنفاق على التعليم

تعد عملية الإنفاق في مجال تنمية الموارد البشرية استثمارا له عوائد تفوق معدلات الإنفاق عليه إذ إن هنالك علاقة طردية بين نسبة النفقات في مجال التعليم الذي يعد أهم المجالات التطويرية لرأس المال البشري والتنمية الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما توضحه نسبة الإنفاق على هذا المجال والنواتج المحلي الإجمالي الذي يمثل ما تنفقته الحكومة خلال عام أو مدة زمنية محددة على التعليم بكافة مراحلها ومن ثم في تطوير هذا القطاع ، فكلما ازدادت النفقات بانته دلائل تطوره ، وهو ما يبينه الجدول (١٠)

جدول رقم (١٠)

الإنفاق على التعليم في دول مجلس التعاون العربي

الإنفاق على التعليم						الدولة
من الإنفاق العام الإجمالي%			من الدخل القومي الإجمالي			
٢٠٠٨-٢٠٠٦	٢٠٠٠	١٩٩٠	٢٠٠٦-٢٠٠٨	٢٠٠٠	١٩٩٠	
٣٣.٤	٢٢.٢	١٤.٦	١.٦	١.٩	١.٧	الإمارات العربية المتحدة
١١.٧	-	١٤.٦	٣.١	-	٥.٠	البحرين
١٩.٣	٢٢.٧	١١.٧	٦.٧	٧.٠	٦.٠	المملكة العربية السعودية
١٩.٤	٤.٩	-	٢.٩	٢.٥	٣.٤	قطر
١٢.٩	١٧.٩	٣.٤	٣.٣	٣.٧	٣.٢	الكويت
٨.٥	٨.٧	٧.٢	٤.٢	٤.٢	٣.٥	عمان

المصدر قاعدة بيانات اليونسكو للاحصاء www.unesco.org/new/ar/culture/resources/databases/

إن الإمارات العربية المتحدة هي الأكثر إنفاقاً إذ خصصت ٣٣.٤ % من إنفاقها العام الإجمالي للتعليم ثم المملكة العربية المتحدة ١٩.٣ % عام ٢٠٠٦-٢٠٠٨ أما أدنى نسبة فكانت في البحرين ١١.٧ % . كما يمكن ملاحظة تنامي الإنفاق على التعليم في دول مجلس التعاون الخليجي للأعوام ١٩٩٥-٢٠٠٠ بنسب متفاوتة. ويصنف دليل التنمية البشرية ٢٠١٠ في مجال التعليم والإنفاق عليه الإمارات العربية المتحدة والبحرين وقطر من الدول التي تتمتع بتنمية بشرية مرتفعة جداً، أما الكويت والمملكة العربية السعودية فتصنف في ضمن المرتفعة . ويعود التراجع في الإنفاق على التعليم في بعض الدول إلى الخصخصة فقد اتجهت إلى القطاع الخاص وشجعت على انتشاره مما خفف من العبء على حجم الإنفاق العام.

إن ارتفاع الأمية في شكلها التقليدي (الجهل بالقراءة والكتابة) وكذلك الأمية المعلوماتية(الجهل بأساليب التعامل بأجهزة الحاسب الالي والانترنت) من أهم التحديات

العوامل الأساسية لتطور الإلكترونيّة في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر
التي تواجه توسع التجارة الإلكترونيّة عربيا، حيث أن التعامل مع شبكة الانترنت لشراء
المنتجات التي تطرحها شركات الأعمال بأسلوب التجارة الإلكترونيّة يتطلب من
المواطن العربي معرفة القراءة والكتابة وطرق التعامل مع الحاسب الآلي والانترنت .
(٢٨) وتحاول دول مجلس التعاون الخليجي التغلب على هذه المشكلة للوصول إلى
المجتمع المعلوماتي عبر خططها الرامية للقضاء على الأمية والاهتمام بالتعليم .

المبحث الرابع/ انتشار التجارة الإلكترونيّة في دول مجلس التعاون الخليجي

تنمو التجارة الإلكترونيّة في العالم بمعدل سريع، مثال ذلك الولايات المتحدة
الأمريكية . فعلى الرغم من أن التجارة الإلكترونيّة لاتزال صغيرة نسبيا لحجم الاقتصاد
الامريكي لكنها لاتزال تظهر نموا قويا على الرغم من الأزمة الاقتصادية الأخيرة.
والأكثر أهمية من كمية العائدات من الدولارات من المعاملات الإلكترونيّة هو ظهور
العديد من الشركات على شبكة الانترنت وتحويل المنتجين التقليديين للسلع والخدمات
إجراءات الأعمال إلى التجارة الإلكترونيّة في محاولة لخفض التكاليف وتحسين خدمة
العملاء وزيادة الانتاجية ودرجات متفاوتة من النجاح . فقد أعلن مكتب الإحصاء في
وزارة التجارة الأمريكية في مايو ٢٠٠٨ أن مبيعات تجارة التجزئة الإلكترونيّة لعام
٢٠٠٦ وصل إلى ١٠٧ مليار دولار، ارتفاعا من ٨٧ مليار دولار في عام ٢٠٠٥ ،
أي بزيادة قدرها ٢٢ % عن عام ٢٠٠١ إلى عام ٢٠٠٦، وزادت مبيعات تجارة
التجزئة الإلكترونيّة بمعدل نمو سنوي متوسط قدره ٢٥.٤ % مقارنة مع ٤.٨ % من
إجمالي مبيعات التجزئة.. في عام ٢٠٠٦ كانت مبيعات التجارة الإلكترونيّة ٢.٧ %
من إجمالي المبيعات. وتركزت أكثر من ٩٠ % من مبيعات التجزئة الإلكترونيّة في
مجموعات الصناعة (٧٣ % ، ٧٨ مليار دولار)، والمركبات ذات المحركات وأجزائها
(١٩ % ، ٢٠ مليار دولار). (٢٩)

العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. اقبال جاسم جعفر

أما في دول مجلس التعاون الخليجي فقد نمت التجارة الالكترونية بين الشركات (Business to Business, B2B) بأكثر من ثلاثة أضعاف خلال سنتين. يعود هذا النمو إلى مجموعة من العوامل تتنوع ما بين تزايد تأثير العولمة بما فيها العضوية في منظمة التجارة العالمية، فضلا عن الوعي المتزايد بالفرص التي تجلبها التجارة الالكترونية.

فقد قدرت قيمة السلع والخدمات غير المالية التي تم شراؤها أو بيعها بين الشركات في دول مجلس التعاون الخليجي عبر قنوات الكترونية عام ٢٠٠٦ بنحو ٢٤ ٧٤٢ مليار دولار وهذا يعني تحقيق معدل نمو قدره ٤٥.٥ في المائة مقارنة بالعام ٢٠٠٥. واستحوذت التعاملات الالكترونية فيما بين الشركات (B2B) في عام ٢٠٠٦ على نحو ٣.٤٥ في المائة من مجموع القيمة الأسمية للنواتج المحلي الإجمالي لدول مجلس التعاون الخليجي الستة البالغ ٧١٨ مليار دولار بالمقارنة مع ٢.٨٣ فقط قبل ذلك بعام. وبشكل تقريبي، فإن ٨٥ في المائة من التعاملات الالكترونية بين الشركات أجريت عبر قنوات خاصة للمشتريات الالكترونية، بينما أجريت النسبة المتبقية من التعاملات عبر القنوات العامة للتبادل الالكتروني بين الشركات (B2B). وقد قدر فريق أبحاث مركز دراسات الاقتصاد الرقمي (مدار) نمو عمليات مبيعات التجارة الالكترونية بين الشركات في دول مجلس التعاون الخليجي سيكون ٦٠% سنويا. (٣٠)

ويبين الجدول رقم (١١) نسبة عدد مستخدمي التجارة الالكترونية إلى عدد مستخدمي الانترنت لبعض من دول مجلس التعاون الخليجي للمدة ٢٠٠٧-٢٠٠٨.



جدول رقم (١١)

عدد المستخدمين للتجارة الالكترونية إلى عدد المستخدمين للانترنت في
دول مجلس التعاون الخليجي للمدة (٢٠٠٧-٢٠٠٨)

الدولة	عدد السكان	عدد المستخدمين للانترنت	نسبة المستخدمين للانترنت (%)	عدد المستخدمين للتجارة الالكترونية	نسبة المستخدمين للتجارة الالكترونية الى المستخدمين للانترنت (%)
الإمارات العربية المتحدة	٤٤٨٨٠٠٠	١٥٨٢٠٠٠	٣٥.٢٥	١١٦٠٠٤٤	٧٣.٣٣
المملكة العربية السعودية	٢٣٩٨١٠٠٠	٦٤٠٠٠٠٠	٢٦.٦٩	٩٣٥٤٠٨١١	٥٥.٣٣
عمان	٢٨١٢٩٠٠	٣١٩٨٥١	١١.٣٧	١٥٨٠٠٠	٤٩.٤٠
الكويت	٣٤٠٠٠٠٠	١١١٠٠٠٠	٣٢.٦٥	٣٦٠٩٨٤	٣٢.٥٢

Source: Arab Advisors Group.2008.

لقد بلغت في الإمارات العربية المتحدة ٧٣.٣٣% حيث بلغ عدد مستخدمي التجارة الالكترونية (١١٦٠٠٤٤) شخصا في حين بلغ عدد مستخدمي الانترنت (١٥٨٢٠٠٠) بنسبة ٣٥.٢٥% من عدد السكان . تليها المملكة العربية السعودية إذ بلغ عدد مستخدمي التجارة الالكترونية إلى عدد مستخدمي الانترنت نسبة ٥٥.٣٣% . وتشير هذه النسب إلى نوع التجارة B2C و C2C إذ إنها مازالت تعاني من ضعف في نسبة عدد المستخدمين للانترنت وعدد المستخدمين للتجارة الالكترونية إلى عدد السكان إذ لم تصل إلى ٥٠% . وهذا يعود إلى عدم استكمال هذه الدول لبنيتها الأساسية لتفعيل التجارة الالكترونية بأنواعها المختلفة وأكثر الأنواع نموا ورواجا هو التجارة الالكترونية B2B .

العوامل الأساسية لتطوير الإلكترونيات في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر

وقد قدرت «مؤسسة الرخصة الدولية لقيادة الحاسب الآلي لمجلس التعاون الخليجي»، التي تتخذ من دبي مقراً إقليمياً لها، حجم النمو السنوي للتجارة الإلكترونية في الإمارات بـ ١٣ بالمئة سنوياً، وذلك نتيجة التوجه الحكومي لتعزيز الخدمات الإلكترونية ونشر الثقافة المعلوماتية، إضافة إلى توافر البنية التحتية المناسبة التي تجعل الإمارات تتفوق على غيرها من دول المنطقة في نسب النمو بالمجالات الإلكترونية. كما أن الدراسات المتخصصة تشير إلى أن معدلات النمو السنوية في التجارة الإلكترونية في الإمارات تتراوح بين ١٠ و ١٣ بالمئة، وأن الإمارات تمتلك ألف خدمة إلكترونية حالياً، والذي يعد أمراً سباقاً بكل ما تحمله الكلمة من معنى على مستوى دول المنطقة، وقد وجهت حكومة الإمارات في العام ٢٠٠٦، بأنه لا بد لأي موظف حكومي أو مدرس الحصول على شهادة الـ«ICDL» التي وضعت ٢٤ ألف شخص في دبي مباشرة تحت التدريب للحصول على هذه الرخصة، والمساهمة بشكل فعلي على نشر الثقافة الإلكترونية بشكل كبير في المجتمع، من حيث توسيع نطاق القادرين على التعامل مع البرامج الإلكترونية المختلفة.^(٣١)

تعمل دول مجلس التعاون الخليجي بجدية نحو تطوير مجتمعاتها والتحول إلى مجتمعات معلوماتية، والانطلاق نحو تعميم التعاملات الإلكترونية في مختلف مجالات التجارة الإلكترونية مستفيدة من تجارب عالمية كالتجربة الماليزية التي عقدت اتفاقات مع الكويت في مجال التجارة الإلكترونية والتجربة البرازيلية التي اتخذت من أسلوبها المرحلي منهجاً لتطوير هذه التقنية وغيرها من التجارب. ويأتي اهتمامها بالتجارة الإلكترونية نتيجة تعاملها مع كبرى الشركات العالمية التي تعتمد الأسلوب الرقمي في الإنتاج والتسويق فأتجهت نحو الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التنافسية والدخول إلى سوق العمل الرقمي. وبرغم التفاوت الرقمي ووجود فجوة

العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر
فيما بينها فقد تصدرت دول كالإمارات العربية المتحدة والبحرين مراكز متقدمة عالميا
في تكامل بنيتها الأساسية لقيام التجارة الالكترونية ويتطلب من الدول الباقية كعمان
والكويت بذل المزيد من الجهود ، لا سيما أنها من الدول التي تتمتع باقتصاد قوي
ودخل قومي عالي .

الاستنتاجات

لقد خرجت الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات تتفق مع فرضية البحث بأن دول
المجلس لم تستكمل جميعها البنية الأساسية لإقامة التجارة الالكترونية وتطبيقها بكل
أنواعها وهي كالآتي:

- 1- تعطي دول مجلس التعاون الخليجي اهتماما لتفعيل التجارة الالكترونية باعتبارها
من أبرز سمات التطور الاقتصادي العالمي ودورها المتزايد في تحقيق التنمية .
- 2- تركز التجارة الالكترونية في دول المجلس على نوع B2B وهذا قد برز في قيمة
التعاملات والمبيعات الذي قد يصل إلى ٦٠% .وهي بذلك تتماشى مع الاتجاه
العالمي الذي تزيد تعاملاته في النوع من التجارة الالكترونية في التجارة الالكترونية
العالمي الإجمالي من ٧٩.٢% في عام ٢٠٠٠ إلى ٨٧% في عام ٢٠٠٤ .
- 3- تتكامل البنية التمكينية للتجارة الالكترونية في معظم دول المجلس وبخاصة
الإمارات والبحرين التي تشمل التعليم والتشريعات وتكنولوجيا المعلومات. وتبدو
ضعيفة في عمان والكويت.
- 4- تصدرت الإمارات العربية المتحدة باقي دول المجلس في مؤشرات تكنولوجيا
المعلومات والاتصالات فقد بلغت نسبة انتشار الانترنت فيها ٧٨% ،تليها دولة قطر
بنسبة ٦٩% للمدة (٢٠١١-٢٠١٠)، وقد تجاوزت نسبة الانتشار في هذه الدول ٥٠%
ماعدا المملكة العربية السعودية والكويت وهو انعكاس لمعدل النمو فيها.

العوامل الأساسية لتطوير الإلكترونيات في دول مجلس التعاون الخليجي م. إقبال جاسم جعفر

٥- يصنف دليل التنمية البشرية ٢٠١٠ في مجال التعليم والإنفاق عليه الإمارات العربية المتحدة والبحرين وقطر من الدول التي تتمتع بتنمية بشرية مرتفعة جدا، أما الكويت والمملكة العربية السعودية فتصنف في ضمن الدول المرتفعة وعمان ضمن الضعيفة.

٦- أدركت بعض دول المجلس كالإمارات والبحرين ضرورة اعتماد الاستثمار وإشراك القطاع الخاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل الدفع نحو اتمام كافة المجالات بما فيها قطاع التجارة والتعليم.

التوصيات

١- إنجاز وتفعيل القوانين والتشريعات المرتبطة بالمعاملات التجارية والتوقيع الإلكتروني، وتشجيع القطاع الخاص بممارسة الأعمال عبر التجارة الإلكترونية، والعمل على إنشاء سوق مشتركة لدول مجلس التعاون الخليجي.

٢- رصد ميزانية لتحسين البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

٣- محور الأمية الإلكترونية ، بحيث يستطيع المواطن الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في إنجاز المعاملات التجارية عبرها.

٤- تفعيل التعليم الإلكتروني في المدارس عبر إدخال الحاسوب والانترنت إليها لخلق بيئة الكترونية كنواة أولى لمجتمع معلوماتي .

٥- تكثيف برامج التأهيل والتدريب وإعادة هيكلة قوى العمل لخلق القوى البشرية المؤهلة لإدارة التقنيات الحديثة المستخدمة في التجارة الإلكترونية والاستخدام الأمثل.

٦- تشكيل لجان مشتركة بين دول المجلس ثنائية أو أكثر لعقد الاتفاقيات من أجل تطوير المعاملات الإلكترونية والبنية التحتية الأساسية لإقامة التجارة الإلكترونية .

العوامل الأساسية لتطوير الإلكترونيات في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر

- ٧- تطوير التعليم الجامعي ليتسع نطاقه إلى أكبر عدد من شريحة الشباب الذين يعدون القوى البشرية العاملة التي ترفد احتياجات سوق العمل الرقمي الحالي.
- ٨- الاستفادة من التجارب العالمية التي حققت نجاحا ملموسا كتجربة سنغافورة وماليزيا واليابان وعقد المؤتمرات المشتركة لمعرفة المعوقات التي تعرقل النمو السريع للتجارة الإلكترونية والخروج بطرق حل ناجعة.
- ٩- تشجيع القطاع الخاص والاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال الدعم للشركات الصغيرة ومنح القروض وتقديم التسهيلات للشركات الاستثمارية الكبيرة.
- ١٠- محو الأمية الإلكترونية ونشر الثقافة المعلوماتية بين أفراد المجتمع من خلال برامج وخطط تبعية تسهم بها منظمات مجتمعية ودوائر حكومية.

المصادر

- ١- د. محمد دياب، اقتصاد المعرفة: حقبة جديدة نوعيا في مسار التطور الاقتصادي ، معهد الميثاق للتدريب والدراسات والبحوث، الموقع الرسمي للمعهد من خلال الرابط التالي <http://www.almethaq.info/news/article1395.htm>
- 2- Cloete, E., Courtney, S., Fintz, J., Small Manufacturing Businesses' Acceptance and Adoption of e-Commerce in the Western Cape Province of South Africa. The Electronic Journal on Information systems in Developing Countries,2001.
- 3- 3-McNurlin, B. C., Sprague R. H., Jr, Information systems management in practice. 5th Edition. New Jersey: Prentice Hall,2002.
- 4- Emmanuel Lallana, Rudy Quimbo, Zorayda Ruth Andam, ePrimer: An Introduction to eCommerce ,Philippines: DAI-AGILE,2000, P. 2.
- ٥- محمد عبد العليم صابر، التسويق والتجارة الإلكترونية،الاسكندرية، دار الفكر الجامعي،

٢٠٠٩، ص ١٦٩



العوامل الأساسية لتطور التجارة الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي _____ م. إقبال جاسم جعفر
٦- خليل ناصر ، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط 1، عمان، الأردن. دار أسامة للنشر
والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٤٠-٤١.

7- Goldman Sachs ,E-commerce/Internet: B2B: 2B or Not 2B?, Investment Research, v. 1,1999,Pp.68-71.

8- Lallana, Quimbo, Andam, . Cf. Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston, Electronic Commerce:A Manager's Guide , Addison Wesley Longman, Inc.,1997, Pp 18-19.

9-Zorayda Ruth Andam,e-commerce and e-business, e-Asean Task Force,UNDP-APDIP,2003,p.9.

10- Definition adapted and expanded from Emmanuel Lallana, Rudy Quimbo, Zorayda Ruth Andam, ePrimer: An Introduction to eCommerce (Philippines: DAI-AGILE, 2000), P4.

11-Zorayda Ruth Andam,op.cit,p.12.

12- Lallana, Quimbo, Andam, . Cf. Ravi Kalakota and Andrew B. Whinston,Pp.19-20.

13-TA Project, "E-commerce"

<http://www.tab.fzk.de/en/projekt/skizze/ecommerce.htm>; Internet; accessed 26 September 2002.

14-Traderinasia.com;

<http://www.traderinasia.com/classifieds.html>; Internet.

15-Zorayda Ruth Andam,op.cit,P.12.

16-Ibid.

17- Forrester's M-Commerce Sales Predictions, 2001-2005.

١٨-توفيق عبد المحسن،التسويق وتحديات التجارة الإلكترونية، مصر، دار الفكر العربي،٢٠٠٤،ص٤٩١.

19-Introduction to e-commerce. www.sagepub.com/upm

[data/9598_019964Ch1.pdf](http://www.sagepub.com/upm/data/9598_019964Ch1.pdf)



العوامل الأساسية لتطور الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي م. اقبال جاسم جعفر

20-Internet World State Usage and population statistic ,June 30,2012.

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

٢١- مركز دراسات الاقتصاد الرقمي (مدار) ٢٠٠٧.

22-Brerdley,S.,Boen.K, Alkibi.G. ,and L.Enriquez,"A Review of Telecommunications and Networked Readiness in the Arab Wrlld Capturing the Opportunity", Arab Competitiveness Report, World Economic Forum,2003,pp.123-124.

٢٣- خالد ممدوح ابراهيم، الادارة الالكترونية، الاسكندرية، ٢٠١٠ الدار الجامعية، ص.٤١١

٢٤- اللجنة الاقتصادية لدول غربي اسيا (الاسكوا)، الملامح الاقليمية لمجتمع المعلومات في

غربي اسيا، الامم المتحدة، نيويورك، ٢٠٠٧، ص.٧٤

٢٥- اللجنة الاقتصادية لدول غربي اسيا (الاسكوا)، بناء الثقة بالخدمات الالكترونية في

منطقة الاسكوا، الامم المتحدة، نيويورك، ٢٠٠٩، ص.٩٦.

٢٦- المجلس الاعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات قطر ،

[http://www.ictqatar.qa/ar/news-events/news/qatar-e-commerce-law-](http://www.ictqatar.qa/ar/news-events/news/qatar-e-commerce-law-enacted)

[enacted](http://www.ictqatar.qa/ar/news-events/news/qatar-e-commerce-law-enacted)

٢٧- برنامج الامم المتحدة الانمائي تقرير التنمية البشرية، ٢٠١٠، ص٣٦-٣٧.

٢٨- خالد ممدوح ابراهيم ،مصدر سابق، ص.٤٤٥

29-U.S. Economy > E-Commerce ,

<http://usa.usembassy.de/economy.htm>

٣٠- الملامح الاقليمية لمجتمع المعلومات في غربي اسيا، ص.٧٠

٣١- انظر :موقع الرؤية الاقتصادية <http://alroya.com/node/93829>

