

واقع التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في الوطن العربي

مواجهة التحديات وسبل تفعيل

The reality of e-commerce and the digital economy in the Arab world
Meeting the challenges and means of activationبوذي عبد القادر¹، شلالى الطاهر حسام الدين²¹ جامعة محمد طاهري بشار - الجزائر² جامعة محمد طاهري بشار - الجزائر

تاريخ القبول: 11/05/2017

تاريخ الاستلام: 10/03/2017

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى الوقوف على واقع التجارة الالكترونية والاقتصاد الرقمي بصفة عامة في الوطن العربي، ومعرفة ماهي مختلف التحديات التي تواجهها في الانتشار والتحقيق، كما تبرز في إظهار وسائل وسبل التجارة الحديثة والسريعة التي تتوافق مع عصر المعلومات وسرعة الاتصال والدخول الى الأسواق العالمية وانفتاح الأسواق، بالإضافة الى التطور المصاحب لها والذي فرض ظهور وسائل دفع حديثة تتماشى وتطوير وتوسيع الأداء التجاري في الوطن العربي.

كلمات مفتاحية: الاقتصاد الرقمي، التجارة الالكترونية، وسائل الدفع الحديثة، الانترنت.

تصنيف JEL : P44, G21.

Abstract:

This study aims to stand on the reality of e-commerce and the digital economy in general in the Arab world, and find out what are the various challenges faced in the spread and achievement, also stands out on showing ways and means of modern commerce that are compatible with the age of information and the speed of communication and access to global markets and the opening up of markets, In addition, the development that consistent with it, which imposed the emergence of e-payment in line with the development and extension of the commerce performance in the Arab world.

Keywords: digital economy, e-commerce, e-payment, internet.**Jel Classification Codes:** G21, P44المؤلف المرسل: الاسم الكامل، الإيميل: authorC@mail.com

1. مقدمة:

نعيش اليوم موجة من التحولات الواسعة وثورة من العلم وحركة واسعة تطل كل المجالات نتيجة للتطور الهائل في العلم والتكنولوجيا خاصة ما يتعلق منها بأنظمة الاتصال وهذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي يوفرها هذا الأخير مما أدى الى ظهور أفكار جديدة تعكس هذه التطورات التي تسمح بتجسيدها، حيث عرفت تقنيات الاتصال تطورات هائلة وفرت السرعة التي يحتاجها الاقتصاد، كل هذا التحول والتطور هو من خصائص الاقتصاد الإلكتروني وهذا ما أدى الى تطور حجم التبادل التجاري في العالم، واتسم بسوق الكترونية ضخمة تتكون من عدة سلع وخدمات مختلفة. وفي ظل هذا الاقتصاد الإلكتروني ظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، التي بدورها تتميز بعدة مزايا بربح الوقت وتقليل المسافات سواء بالنسبة لأصحاب الأموال أو بالنسبة للعملاء إذ يكفي الإتصال عبر شبكة الأنترنت والقيام بكل العمليات التجارية بكبسة" تبادل المعلومات والسلع والخدمات والقيام بالتحويلات المالية ومراجعتها وكذا فتح آفاق الاقتصاد الرقمي للأفراد والشركات.

أما ما يخص الوطن العربي على وجه الخصوص ومن خلال الواقع الذي يعيشه اليوم في ظل اقتصاد رقمي يجب المبادرة والنهوض بهذا الاقتصاد الجديد، ونقصد به كل ما يتعلق بالصيرفة الإلكترونية والتجارة الكترونية لأنها ضرورة تنمية للرفع بالتجارة وتطوير جميع قطاعاتها بأنواعها، هذا من اجل النمو الاقتصادي ولكن لكي يتحقق هذا المراد في الوطن العربي فمن الواجب أن يعمل على المواجهة والتخفيف من العقبات التي تواجه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذلك توفير بنية تكنولوجيا تحتية وتنظيمات وتشريعات التي بدورها تسهل من تطبيق والنهوض بالتجارة الإلكترونية.

1- إشكالية الدراسة:

يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو التالي:

ما هو واقع الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية في الوطن العربي، وماهي مختلف التحديات التي تواجهها، وما هي سبل تفعيلها؟

من خلال هذه الإشكالية الرئيسية، يمكن طرح مجموعة من التساؤلات الجزئية الآتية:

- ماذا نعني بالإقتصاد الرقمي؟
- ما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ وما هي أشكالها؟
- ما هي وسائل ونظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية؟
- ماهو واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي؟ وما هي العراقيل التي تواجهه؟

2-فرضيات الدراسة:

- وللإجابة عن إشكالية الدراسة، تم بناء الفرضيات التالية:
- يتسم الاقتصاد الرقمي بإنجاز الأعمال بسهولة ويكون وفق إلغاء جميع الحواجز المكانية والزمانية؛
- تعتبر وسائل الإتصال أداة أساسية في تدعيم عمل التجارة الإلكترونية؛
- تلعب البنوك الإلكترونية دورا هاما في تنشيط التجارة الإلكترونية؛
- يحتل الوطن العربي مرتبة متأخرة في ميدان الاتصالات وأنشطة التجارة الإلكترونية بالنسبة لحجم التجارة الإلكترونية العالمية.

3-أهمية الدراسة:

- تحليل ظاهرة التجارة الالكترونية، وإبراز آفاقها في الوطن العربي؛
- إبراز أهم مميزات وخصائص الاقتصاد الرقمي؛
- دور وأهمية البنوك الإلكترونية في التجارة الالكترونية وتطورها باعتبارها الوسيلة الأساسية في تنفيذه؛
- المشاكل التي تعوق التجارة الالكترونية؛
- إبراز مختلف وسائل ونظم الدفع المعتمدة؛
- تحديد ومعرفة أهم التحديات والعقبات التي تواجه الدول العربية في استخدام ونمو التجارة الالكترونية.

4-منهج الدراسة:

نعتمد في دراستنا لهذا الموضوع وللإجابة على التساؤلات واختبار صحة الفرضيات السابقة على المنهج الاستنباطي مستعملين أداتي التحليل والتوصيف لإبراز مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالتجارة الالكترونية، وكذا على المنهج الاستقرائي مستعملين أداة الإحصاء في دراسة مختلف المعطيات المتعلقة بواقع التجارة الالكترونية في الوطن العربي.

5-محاور الدراسة:

المحور الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: ميكانيزمات تطور التجارة الإلكترونية.

المحور الثالث: دراسة تحليلية لواقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي "البنية التحتية وسبل التفعيل".

المحور الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية.

انتشرت العديد من الآليات منها اقتصاد الانترنت أو الاقتصاد الرقمي كتسمية مختصرة للاقتصاد القائم على الانترنت، الذي يتسم بخصائص تميزه عن الاقتصاد التقليدي ووسيلته الأساسية هي الانترنت التي تعددت استخداماتها، فأصبحت لها أهمية ودور كبير لمزاولة الأعمال الإلكترونية بصفة عامة والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة، والتي تعتبر من أهم مكونات الاقتصاد الرقمي. يهدف هذا المحور إلى توضيح أهم النقاط المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والانترنت وأهميتها في الأعمال والتجارة الإلكترونية من خلال النقاط التالية:

أولاً: الاقتصاد الرقمي

تلعب تكنولوجيا المعلومات Information technologie دوراً استراتيجياً في زيادة معدلات نمو الاقتصاد والاصلاحات والاليات الاقتصادية والمالية والتجارية؛ يعتبر الاقتصاد الرقمي التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الانترنت أو اقتصاد الوب وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية ، الزبائن الرقميين والشركات الرقمية التكنولوجية ، الرقمية ، والمنتجات الرقمية .

1- خصائص الاقتصاد الرقمي

يتميز الاقتصاد الرقمي بالعمل على نشر مجتمع المعلومات والمعرفة ومن ثم تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية (E- government)، والشركة المساهمة الإلكترونية أي E- corporation والتجارة الإلكترونية (E-commerce) والبنوك والصيرفة الإلكترونية (E-Banking) والادارة الإلكترونية (management)، ويحتاج كل ذلك الى التطوير المستمر في مؤشر مجتمع المعلومات والمعرفة عن طريق زيادة الحواسيب الإلكترونية واستخدامها في المعاملات والوظائف وزيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية لمعلومات (الانترنت) وتطويع استخدام البرمجيات الجاهزة والمفصلة في ادارة الانشطة الاقتصادية والتجارية والانتاجية والمالية والتشويقية وادارة الموارد البشرية والانشطة التعليمية والتدريبية. وفيما يلي أهم مزايا وخصائص الاقتصاد الرقمي :

أ- سهولة الوصول الى المصادر المعلومات **Access**: ويعتمد نجاح ونمو الاقتصاد الرقمي على قدرة الافراد والمؤسسات على المشاركات في الشبكات المعلومات ومواقع الانترنت المختلفة؛

ب- المنافسة وهيكل السوق في ظل الاقتصاد الرقمي : يرى البعض الاقتصاديين ان مكونات الاقتصاد الرقمي تختلف باختلاف نطاق الاقتصاد وتأثير شبكات المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعلومات والصفقات، ومن المعروف ان التكنولوجيات تتغير بصفة سريعة وتؤثر على المنظومات الاعمال من حيث المصادر البديلة والمدخلات والعمليات والتشغيل والمنتجات والاستخدامات والتوزيع؛

ج- مستقبل الاقتصاد الكلي في ظل الاقتصاد الرقمي: تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا أساسيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي الاستثمارات الرأسمالية والتجارة الالكترونية الداخلية والخارجية. وتؤثر الانترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل، ولازالت بعض القضايا لم تحسم بعد في الاقتصاد الرقمي.

د-الاقتصاد الرقمي والمعلومات لاتخاذ القرارات: يمكن التحكم في المعلومات بالاستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسة الاقتصادية، ويساعد المهارات ادارة المعلومات في نجاح اتخاذ القرارات الاستثمارية بعيدة المدى بدقة. ويوفر الاقتصاد الرقمي معلومات عن طريق التعلم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختيار المصادر المناسبة للمعلومات الاساسية والهامة أي ادارة المصادر والوارد من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتأثيرا.

ثانيا: ماهية التجارة الالكترونية

في حقيقة الأمر يعتبر مصطلح " التجارة الالكترونية " من المصطلحات الحديثة جدا في عالم المال والأعمال، ففي أوائل التسعينيات من القرن الماضي لم يكن هناك شيء اسمه التجارة الالكترونية (E-commerce)، ولم يأخذ هذا المصطلح وهذا النوع من النشاط المرتبط به في التواجد والانتشار على نطاق ملموس إلا في عام 1996، وذلك عقب تحويل الإشراف على " شبكة الشبكات " الالكترونية المعروفة بالإنترنت من الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة إلى القطاع الخاص اعتبارا من أبريل 1995 فمنذ ذلك التاريخ صارت الإمكانية متاحة لتقديم الخدمات المالية والتجارية وغيرها من الخدمات وأخذت الشبكة العالمية في التوسع بمعدلات سريعة بعد أن كانت شبكة محدودة من حيث السعة وعدد الحاسبات المتصلة بها وعدد المستخدمين لها ومع ذلك ينبغي ملاحظة أن إتمام بعض الأعمال التجارية عبر وسائط

إلكترونية ليس أمراً جديداً تماماً حيث مارست البنوك والبورصات وشركات الطيران وغيرها هذا النشاط منذ وقت ليس بالقصير وذلك عبر عديد من شبكات الاتصال الخاصة (Intranet)، ولكن الآن أصبح هناك العديد من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت.

كما مرت التجارة الإلكترونية بمراحل متعددة تختلف من حيث التطور الذي صاحب استخدام شبكة الإنترنت .وهذه المراحل هي:

1-المرحلة الأولى : اقتصر استخدام الإنترنت من قبل الشركات على نشر الكتيبات الخاصة بها وأنشطتها على مواقعها على شبكة الإنترنت؛

2-المرحلة الثانية: تم استخدام المواقع على شبكة الإنترنت في نشر المعلومات التي توضح الأنشطة و الاستثمارات والبيانات الدورية التي تصدرها الشركات؛

3-المرحلة الثالثة : انطوت هذه المرحلة على استخدام أنواع البرمجيات والتقنيات في عملية النشر ومعرفة المواقع، واستخدام كالات وجمل بسيطة كأدوات تصفح؛

4-المرحلة الرابعة : تعكس هذه المرحلة مستقبل شبكة الإنترنت واستخدامها في ترسيخ التجارة الإلكترونية، وتنطوي المواقع على كافة المعلومات عن الشركات التي تمثلها المواقع على شبكة الإنترنت.

- مفهوم التجارة الإلكترونية

مصطلح التجارة الإلكترونية ترجمة (Electronic commerce (E-commerce وتستخدم كمترادف لتجارة الإنترنت (Internet-commerce (I –Commerce حيث يستخدم المصطلحان بالتبادل.

يتكون تعبير التجارة الإلكترونية من كلمة :التجارة (commerce) التي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها وكلمة الإلكترونية (Electronic) وهي توصيف مجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية التي من بينها شبكة الإنترنت.

- تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: تتميز منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بين تعريفين للتجارة الإلكترونية.

الأول هو التعريف الواسع، حيث تشير المعاملات التجارية الإلكترونية إلى كافة " عمليات بيع أو شراء السلع والخدمات بين قطاعات الأعمال والأفراد والحكومات وغيرها من المنظمات العامة أو الخاصة، عبر

الشبكات الالكترونية المستندة إلى أجهزة الكمبيوتر، سواء تمت تلك العمليات بشكل كامل عبر الشبكات بما في ذلك الدفع الالكتروني وتسليم السلعة، أو تم التسليم عبر الوسائل التقليدية " أما التعريف الضيق فيعني " عمليات بيع أو شراء السلع بين قطاع الأعمال والأفراد والحكومات وغيرها من المنظمات العامة أو الخاصة عبر شبكة الانترنت، سواء تمت تلك العمليات بشكل كامل عبر الانترنت بما في ذلك الدفع الالكتروني وتسليم السلعة، أو تسليم السلعة عبر الوسائل التقليدية.

- تعريف اللجنة الأوروبية European Commission :

" التجارة الإلكترونية هي عبارة عن أداء الأعمال الكترونيا، وهي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن أيضا العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال (EFT) والفواتير الالكترونية، والمزادات التجارية وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع. وهي تشمل كل من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية".

- أهمية التجارة الالكترونية

أما عن أهمية التجارة الالكترونية، تعتبر التجارة الالكترونية ذات أهمية كبرى. وتتمثل هذه الأهمية في الآتي:

- تعد وسيلة متميزة و غير مسبقة للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد بأقل النفقات، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة ومتنوعة ومتعددة. كما تساعد المشترين على التمتع بنفس الخواص بالوسيلة ذاتها وفي الوقت نفسه. كما أنها تساعد أيضا على تخطي حواجز الزمن والتعامل مع العملاء على مدار الساعة، وهي بذلك تعتبر تطبيقا حقيقيا لفكرة العولمة وهي بذلك توفر فرصا لا متناهية لعرض السلع والخدمات من المكان نفسه لكل الناس بدون التقيد بحدود الحيز أو المسافة أو الوقت؛

-تؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشترين، كما تعمل على ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم ، بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب ، وبطريقة منسقة ودقيقة؛

-تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية ، ومنع الأخطاء وتخفيض التكاليف وبالتالي المحافظة على حقوق أصحاب المشروع ، وزيادة الربحية؛

-تساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الالكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج، وعمليات التحكم والرقابة، وتخطيط الاحتياجات من المواد وموارد التصنيع، والتوقيت المحدد؛

-تغيير صور الشركات وتحولها من ضخمة تعاني من تعقد الهياكل التنظيمية وكبر أعداد العاملين بها إلى شركة صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين، كما أن هذا العدد القليل من العاملين.

المحور الثاني: ميكانيزمات تطور التجارة الالكترونية.

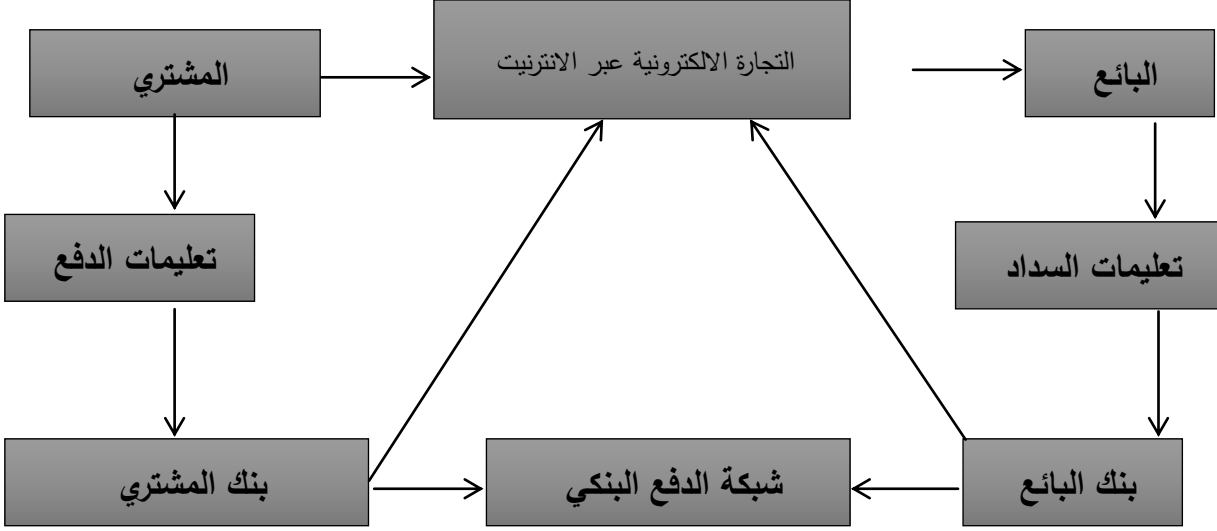
يتم في هذا المحور إبراز أهمية البنوك الالكترونية في تنشيط التجارة الالكترونية، وكذا تتبع مختلف أشكال وسائل ونظم الدفع الالكترونية باعتبارها ميكانزمات تفعل نشاط الاقتصاد الرقمي.

أولاً: البنوك الالكترونية ودورها في التجارة الالكترونية

تعرف البنوك الالكترونية بأنها تلك المؤسسات المصرفية التي تقوم بتقديم نطاق واسع ومتنوع ومتزايد من المنتجات والخدمات المصرفية لعدد كبير من العملاء من خلال قنوات التوزيع الالكترونية التي تتيح للعملاء الحصول على نفس المنتجات والخدمات المصرفية التي توفرها البنوك التقليدية دون الحاجة لتواجدهم بالفروع.

إن اللجوء إلى البنوك الالكترونية هو لجوء لأحد وسائل المنافسة وهو أيضا لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين ولقاء تكلفة أقل، باعتبار أن البنك الالكتروني يوفر في كلفة موجودات الوجود الفعلي للبنك (المقر والموظفين والمصرفات والفروع وغيرها) لكن علينا أن نعلم أن الوفرة في تكلفة تقديم الخدمة لا يتعين أن تعود للبنك نفسه، فهذا لا يقيم فرقا بينها وبين الخدمات غير الالكترونية، لهذا تقوم البنوك الالكترونية على قاعدة رئيسة أخرى وهي أن الوفرة في كلفة الخدمة عائد تشاركي بين البنك والعميل، يمكن أن تؤدي البنوك دورا كبيرا في مجال التجارة الالكترونية، تنتقل فيه من مجرد وسيط مالي إلى وسيط تجاري بين البائع والمشتري، ولعل من أهم الوظائف التي يمكن أن تقوم بها البنوك في ذلك المجال نوضحها حسب الشكل التالي:

الشكل رقم 1: دور البنوك في التجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على: البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية.

ومن أهم الوظائف التي يمكن أن تقوم بها البنوك في ذلك المجال نذكر من أهمها:

- تأسيس مواقع على الانترنت يمكن للبائعين من خلالها عرض منتجاتهم ويقوم المشترون بزيارتها وكذا تقديم خدمة حماية العملاء أثناء ممارستهم لعمليات التجارة الالكترونية ضد مخاطر الاحتيال؛
- توفير خدمة عرض الفواتير الالكترونية وتحصيلها، وبموجب هذه الخدمة يقوم البنك بتوزيع الفواتير على العملاء على الانترنت لمراجعتها وسدادها، ويقوم البنك بهذا الشكل بتحصيل الأموال الكترونياً وتسليم الحسابات لأصحاب الفواتير؛
- تسهيل التبادل التجاري الالكتروني بين الشركات وذلك من خلال توفير المعلومات بأدلة عن البضائع والخدمات بين المشروعات.

ثانياً: وسائل ونظم الدفع الالكترونية

تستلزم مزاولة المعاملات التجارية الالكترونية بين مختلف الأطراف سواء قطاع الأعمال أو المستهلكين أو الحكومة توفر وسائل ونظم دفع قصد تسوية الصفقات بين هذه الأطراف الفاعلة في التجارة الالكترونية،

وعلى هذا تعددت وسائل الدفع والسداد بين التقليدية والإلكترونية، لذا خصصنا هذا الجزء لحصر مختلف وسائل الدفع الإلكترونية منها، ونظام التحويلات المالية.

1-البطاقات البنكية (النقود البلاستيكية):

ظهرت النقود البلاستيكية مع تطور شكل ونوعية النقود، وهي تتمثل في البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية كالكرات الشخصي أو الفيزا والماستر كارد. ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على النقد من خلال آلات الصرف الذاتي (Automated teller machines (ATM).

وتنقسم البطاقات البنكية (النقود البلاستيكية) إلى قسمين رئيسيين هما: البطاقات الائتمانية (القرضية) والبطاقات غير الائتمانية.

1-1-البطاقات الائتمانية Credit Card:

وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان، ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات: بطاقة الفيزا، والماستر كارد وأمريكان اكسبريس.

1-2-البطاقات الغير الائتمانية:

هي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على الائتمان (قرض) وتنقسم بدورها إلى:

أ-البطاقة المدينة (بطاقة الدفع Debit Cards) وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، حيث تسمح له بتسديد مشترياته، ويتم السحب في البنك مباشرة عكس البطاقات الائتمانية، فإن العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (التاجر) عند استعماله لهذه البطاقة .

ب-أجهزة الصراف الآلي؛

ج-بطاقة الدفع مقدما: وهذه البطاقة تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، ليتم التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة كلما تم استعمالها، ومن أمثلة البطاقات المتداولة بطاقات النداء الهاتفية، وبطاقات النقل الداخلي العام.

2-البطاقات الذكية (Smart Card):

2-1- مفهوم البطاقة الذكية Smart Cards: البطاقة الذكية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات مواصفات ومقاييس معينة محددة من قبل منظمة (ISO) وتحتوي تلك البطاقة على رقاقة إلكترونية (Chip) تعمل كشبه حاسب آلي بحيث يمكن تخزين بعض البيانات عليها واسترجاعها، فيتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها.

3- النقود الالكترونية:

تعرفها المفوضية الأوروبية على أنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر وتكون مقبولة كوسيلة دفع بواسطة متعهدين، غير المؤسسات التي أصدرتها ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن المعاملات النقدية الورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة.

4- تعريف الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية المعتاد التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة إلكترونيه إلى مستلم الشيك (حامله)، ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيه من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

المحور الثالث: دراسة تحليلية لواقع التجارة الالكترونية في الوطن العربي "البنية التحتية وسبل التفعيل".

أولاً: البنية التحتية اللازمة للتجارة الالكترونية في الوطن العربي:

نقدم من خلال هذا الجزء عرض وتحديد واقع الدول العربية في مجال تقنية المعلومات والاتصال مع وجود بنية تحتية أساسية لازمة لهذا النشاط،

1- الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الوطن العربي

1 1 مستخدمي الأنترنت: قدر الاتحاد الدولي للاتصالات (المكتب الإقليمي العربي) أن العدد

الإجمالي لمستخدمي الشبكة العنكبوتية في الوطن العربي بحوالي 141 مليون مستخدم حسب

إحصائيات سنة 2015؛ موضحة في شكل نسب مئوية حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: النسبة المئوية لمستخدمي الإنترنت في الوطن العربي

البلد	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	4.63	5.84	7.38	9.45	10.18	11.23	12.50	14	15.23	16.50	18.09
مصر	11.92	12.75	13.66	16.03	18.01	20	21.60	25.60	26.40	29.40	31.70
الامارات	30.13	40	52	61	63	64	68	78	85	88	90.40
قطر	20.70	24.73	28.97	37	44.30	53.10	69	69	69.30	85.30	91.49
البحرين	21.46	21.30	28.24	32.91	51.95	53	55	77	88	90	91
الكويت	22.93	25.93	28.79	34.80	42	50.80	61.40	65.77	70.45	75.46	78.70
المغرب	11.61	15.08	19.77	21.50	33.10	41.30	52	46.11	55.42	56	56.80
تونس	8.53	9.66	12.99	17.10	27.53	34.07	36.80	39.10	41.44	43.80	46.16
الأردن	11.66	12.93	19.87	20	23	26	27.20	34.90	37	41	44
العراق	0.90	0.90	0.95	0.93	1	1.06	2.50	5	7.10	9.20	11.30
السعودية	11.23	12.71	19.46	30	36	38	41	47.50	54	60.50	63.70
المجموع	155.7	181.8	232.08	280.7	350	392.5	447	501.9	549.3	595.1	623.3

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات (المكتب الإقليمي

العربي) 2015

من خلال الجدول تتضح القفزات الهائلة في نسبة مستخدمي الأنترنت بين سنة 2004 وسنة 2008

حيث بلغت أكثر من 190% ، ووصلت الى نسبة 623% في سنة 2014 ويصعب تحليل ومقارنة

النسب الموضحة مسبقا في الجدول كون التباين الشديد في عدد السكان والاستخدام كما ان المساحة

الجغرافية للبلدان العربية تعكس مدى توفير الخطوط وتوصيل الشبكات واستكمال البنى التحتية.

1 - 2 الاشتراكات الخلوية المتنقلة (الهاتف النقال):

يشير إلى أن الاشتراكات في الخدمة الهاتفية العمومية المتنقلة و يتيح النفاذ إلى الشبكة الهاتفية العمومية التبديلية باستعمال التكنولوجيا الخلوية، بما في ذلك عدد بطاقات **SIM** مدفوعة سلفاً ولاحقاً ويشمل ذلك الأنظمة التماثلية والخلوية والرقمية من الجيل الثالث والاشتراك في الجيل الرابع (G4).

نورد في الجدول التالي مجموع اشتراكات الهاتف النقال في الوطن العربي خلال الفترة الممتدة بين 2004-2014 حيث عرف الاشتراك في الهاتف النقال في الدول العربية نمواً سريعاً بمجرد انطلاق هذه الخدمة إلى أن وصل إلى نسب عالية من إجمالي عدد السكان وهذا يعود إلى إمكانية الاشتراك مع أكثر من متعامل للشخص الواحد وسهولة الحصول على شريحة وأسعار الاتصال المعقولة والمتناقصة من سنة إلى أخرى،

الجدول رقم 2: الاشتراكات الخلوية المتنقلة (الهاتف النقال) لكل 100 نسمة في الوطن العربي

البلد	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	14.5 9	40.23	60.85	78.53	75.6 6	89.96	88.44	94.31	97.52	100.9 7	92.95
مصر	10.8 3	18.99	24.66	40.54	54.6 9	72.10	90.50	105.0 8	119.9 2	121.5 1	114.3 1
الإمارات	100. 6	109.2	113.2	133.3	137. 6	138.2	129.3	131.4	149.6	171.8	178.0 6
قطر	68.0 7	87.29	95.06	109.7	105. 1	124.6	124.9	120.4	126.8	152.6	145.7 6
البحرين	79.1 9	87.22	95.42	108.1	129. 1	117.6	125.2	131.0 1	161.1 7	165.9 1	173.2 7
الكويت	80.9 7	60.19	48.79	55.83	55.5 1	91.87	133.0 1	157.9 1	156.9 0	190.2 9	218.4 3
المغرب	31.2 7	41.14	52.66	65.31	73.7 1	80.93	101.0 7	114.0 2	119.9 7	128.5 3	131.7 1
تونس	37.5 5	56.52	72.23	76.34	82.7 8	93.21	104.5 4	115.2 0	118.2 1	115.6 0	128.4 9
الأردن	31.8 9	59.89	80	84.37	89.8 9	97.30	102.5 6	111.1 6	128.1 7	141.8 0	147.8 0
العراق	2.15	5.60	33.30	48.79	59.5 6	66.69	75.14	80.16	81.63	96.10	94.91
السعودية	38.4 9	57.37	77.64	109.5	136. 5	167.4 3	189.1 7	194.5 1	187.3 6	184.2 0	179.5 6
المجموع	495,	623,6	753,8	910,3	1000	1139,	1263,	1355,	1447,	1569,	1605,

2	3	2	1	8	8		1	1	4	6	
---	---	---	---	---	---	--	---	---	---	---	--

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات (المكتب الإقليمي العربي) 2015

أصيب انتشار الخطوط الهاتفية الثابتة بالركود بحوالي نسبة 20% ، ويشير تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات الى التفاوت الكبير بين الاقتصاديات الموصولة بمختلف وسائل الاتصال في المنطقة والدول التي تتمتع بقدر أقل من هذه الوسائل، وعلى سبيل المثال فلكل 100 نسمة يوجد حوالي 1450 اشتراكا في الهواتف المتنقلة في الوطن العربي في سنة 2012 ، أما في سنة 2013 فقدرت بحوالي 1570 اشتراك، وحوالي 1600 اشتراك في سنة 2014 لكل 100 نسمة.

1-3 انتشار الانترنت في الوطن العربي

يكتسب التقرير لاقتصاد المعرفة العربية 2015-2016 الذي أعدته " اورينت بلانيت للأبحاث " أهمية استراتيجية كونه دراسة بحثية شاملة ومعقدة واحصائية دقيقة حول واقع ومستقبل اقتصاد المعرفة في العالم العربي، في ظل التوسع المطرد الذي تشهده الاقتصادات الإقليمية، وأشارت التقديرات الواردة في التقرير النوعي أن معدلات استخدام شبكة الانترنت ستسجل ارتفاعا ملحوظا لتصل الى 55% بحلول العام 2018 مقارنة ب 37.5 خلال العام 2014 متفوقة ب 7 % تقريبا على معدل النمو العالمي المتوقع والبالغ 3.6 مليار مستخدم .

حيث يرحب التقرير أن 226 مليون من مستخدمي الانترنت في العالم العربي بحلول 2018 ، وتضمنت الدراسة تحت عنوان " الحوكمة الرقمية في البلديات حول العالم " تقييما لمستوى حضور المواقع الإلكترونية التي تتيح امام الحكومات المحلية امكانية تقديم المعلومات الشاملة حول النظم الادارية المتبعة والخدمات الحكومية الإلكترونية، شملت الدراسة عشرة مدن عربية هي عمان ، والمنامة ، الرياض ، مسقط ، والدار البيضاء ، وبغداد ، وتونس بالإضافة الى دبي، والتي احتلت فيها دبي المرتبة التاسعة عالميا وفقا لمؤشر العام والمرتبة الرابعة من حيث تسليم الخدمة والمرتبة الخامسة من حيث الخصوصية والامن.

ثانيا: تحديد معوقات التجارة الإلكترونية في الوطن العربي

تواجه الدول العربية كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية. ويمكن تلخيص أبرز هذه التحديات كما يلي:

أ- **التحديات التقنية والتكنولوجية:** تتمثل التحديات ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا في الآتي:

1- ضعف البنى التحتية الإلكترونية: إذ لا يوجد بيئة مناسبة لممارسة الأعمال الإلكترونية وتحتاج الدول العربية إلى استثمارات ضخمة في حقل الانترنت حتى تهيئ البنية التحتية القادرة على تحمل أعباء ومخاطر الأعمال الإلكترونية، مثل نوعية وسرعة وسائل الاتصالات ونقل المعلومات والربط الإلكتروني .

2- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع: في هذا الصدد تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن انتشار الحاسبات الآلية، وبالتالي فرص الدخول في الانترنت، في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الدول الإسلامية تعد محدودة .

3- قصور الإطارات البشرية المؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية:

حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية. وتتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة مثل تطوير المواقع على الانترنت (Web-sites) ومهارات البرمجة في لغات (Perl, XML, Java, PHP) و HTML وخبراء في قواعد البيانات (Data-bases) وأنظمة التشغيل، بالإضافة إلى مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم البيانات (Catalogue) ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها .

ب- عقبات تجارية: إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الإلكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية، يمثل تحدياً حقيقياً أمام المؤسسات والمشروعات التجارية في الدول الإسلامية، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات الكترونية. فكثير من الشركات التجارية في البلدان الإسلامية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محلياً وخارجياً، وعدم استيعابها بعد بشكل كاف لمفهوم الأعمال الإلكترونية الجديد، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب أولاً قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الانترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الإلكترونية. ويمكن تلخيص أهم العقبات التجارية في الآتي:

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية في البلدان الإسلامية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية؛

- محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محلياً. كما أن كثيراً من المتاجر العربية الإلكترونية على سبيل المثال هي متاجر

إلكترونية ب صورة غير كاملة أي أنها إما أن تقوم بعمليات العرض والإعلان فقط، أو أن عمليات الدفع والتحصيل تتم بوسائل أخرى؛

-قصور أسواق راس المال في معظم الدول الإسلامية لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.

ج-عقبات حكومية:

تتمثل التحديات الحكومية في طبيعة السياسات التي تتبناها بعض الحكومات، والتي لها تأثير مباشر أو غير مباشر على انتشار التجارة الإلكترونية ومن هذه السياسات اصرار كثير من الحكومات الإسلامية على مباشرة إدارة البنى التحتية التجارية مثل الموانئ التجارية البرية والبحرية والجوية مما يجعلها متدنية الكفاءة ومرفعة التكاليف بشكل غير مبرر والتي لا تتناسب، وبنية التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى عجز الاستراتيجيات الحكومية لدعم المشروعات التجارية الوطنية للمنافسة مع نظيرتها العالمية، وبالتالي حتى إذا كانت هذه المؤسسات التجارية مرتبطة بشبكة الانترنت فإنها لن تحقق أي نجاح في المنافسة الدولية، ومن ناحية أخرى وجود الأنظمة البيروقراطية إجراءات التصدير والاستيراد وطول فترات إتمام وتخليص العمليات الجمركية بجانب القيود المفروضة على الصادرات والواردات مثل التراخيص ونظام الحصص والتي تمثل تحدياً أمام أنشطة التجارة الإلكترونية التي تتصف بالكفاءة والسرعة.

4-عقبات اجتماعية:

تظهر هذه العوائق الاجتماعية أكثر حدة إذا ما أخذنا الدول الإسلامية في عين الاعتبار حيث تتميز هذه البلدان بخصائص اجتماعية وثقافية تلعب دوراً كبيراً في حياتها. ومن بين هذه التحديات عامل اللغة، حيث أن اللغة الشائعة والمستخدمة في الانترنت بعامة على مستوى العالم هي اللغة الإنجليزية أي بما يعادل 80 % ونظراً لارتفاع معدلات الأمية ورداءة النظم التعليمية في الدول الإسلامية، فإن نسبة من يستخدم الانترنت لأغراض تجارية تظل منخفضة ومح صورة في الطبقات المثقفة .

5-عقبات تشريعية وقانونية:

تشكل التشريعات والقوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو التجارة الإلكترونية، وتواجه دول العالم سواء المتقدمة منها أو النامية تحدياً حقيقياً في وضع التشريعات والضوابط

القانونية التي تتلاءم وأنماط العمليات التجارية الإلكترونية الحديثة، سيما في ظل حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية وتباين أطر الأنظمة التشريعية المحلية لدول العالم .

وكذلك تحدي الاختصاص القضائي في فصل النزاعات التي تحدث بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي وبأخذ الدول الإسلامية في عين الاعتبار نجد أنها تواجه تحديا حقيقيا في التعامل مع مثل هذه الإشكاليات القانونية المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية، حيث أشارت إحدى الدراسات التطبيقية حول مدى توفر بيئة الاستعداد الإلكتروني لدى الدول، أن جميع الدول الإسلامية لا زالت في مرحلة الخطر في مجال البيئة القانونية والتشريعية للتجارة الإلكترونية، فيما عدا كل من الإمارات العربية المتحدة وماليزيا دولتان أكثر استعدادا وأقل خطورة (فريد نجار، 2007) .

ثالثا: أساليب تفعيل التجارة الالكترونية

قصد النهوض بالتجارة الالكترونية في الوطن العربي وتنميتها لابد من التركيز على ثلاث محاور أساسية تتمثل فيما يلي:

-**المحور الاول:** هو تنمية الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية أو ما يمكن أن نطلق عليه نمو إدراك عام لدى صانع القرار والقطاع الخاص بأهمية التجارة الإلكترونية بحيث لا يتم التعامل معها باعتبارها خيارا ترفيا بقدر ما تعد أمرا ضروريا، ويرتبط بذلك العمل على تنمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وتنمية القدرات البشرية اللازمة للدخول في هذا المجال.

-**المحور الثاني :** يتمثل في العمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية خاصة في مجال الاتصالات.

-**المحور الثالث :** يتعلق بتنمية البيئة التشريعية والقانونية الخاصة بتنظيم وتسهيل ممارسة التجارة الإلكترونية بشكل منظم.

1- الإدراك ونشر الوعي بين مجتمع الأعمال: يجب أن ينطلق هذا الإدراك من حقائق محددة يأتي في مقدمتها التعاون مع التجارة الإلكترونية باعتبارها ليست خيارا ترفيا بقدر ما أصبحت فرضا وأن التأخر في تطبيق استراتيجيات التجارة الإلكترونية يحمل ليس فقط خطر المزيد من التهميش الاقتصادي، ولكن أيضا المزيد من التدهور الاقتصادي بسبب احتمالات تراجع نصيب تلك الاقتصادات من التجارة الدولية وتفاقم العجز في موازين المدفوعات في ضوء التسهيلات التي تقدمها التجارة الإلكترونية للواردات.

2- تطوير القطاع المصرفي لوسائل الدفع الإلكتروني: لازال الجهاز المصرفي في العالم العربي متخوفا من توظيف شبكة المعلومات الدولية في إجراء العمليات المصرفية عبر البنوك خاصة في ظل ضعف ضوابط دولية تنظم الخدمات المصرفية الدولية وارتفاع معدلات القرصنة في العالم وفي ضوء تلك المشكلات يقترح البدء بعدد محدود من الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الانترنت على أن يتم زيادتها عبر مراحل متدرجة. ولتطوير الأداء المصرفي يتطلب الأمر تنمية البنية الأساسية في هذا القطاع وربط شبكات الحاسب الآلي للبنوك التي تتعامل في مجال التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وتأهيل الإطارات المصرفية على التعامل مع هذا النشاط، وتوقيع اتفاقيات دولية بين البنوك المركزية العربية والبنوك المركزية في مختلف الأسواق الدولية لتوفير الضمانات اللازمة لحماية الجهاز المصرفي من الاختراق الخارجي.

إلا أن التطور الأهم يتمثل في ضرورة تطبيق نظام البطاقات الائتمانية الإلكترونية مع وضع الضوابط والصيغ التي تضمن تسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية وعوامل الأمان اللازمة لاستقرار تلك المعاملات، فمازال استخدام البطاقات الائتمانية في المعاملات التجارية الإلكترونية محدودا جدا بسبب مشكلات الأمان وتحذير البنوك من استخدام بطاقات الائتمان في المعاملات الإلكترونية أو الدفع الإلكتروني، وتنصح البنوك في المقابل باستخدام ما يعرف ببطاقات الانترنت التي تصدرها البنوك ذات قيم نقدية صغيرة لا تتجاوز 200 دولار، وذلك بغرض التقليل من حجم الخسائر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك في حالة سرقة أرقام البطاقة، إلا أنه على الرغم من المخاطر التي قد تترتب على استخدام تلك البطاقات إلا أن الامتناع عن استخدامها أو تطوير آلية معينة للوفاء أو الدفع الإلكتروني يشكل عائقا خطيرا لتنشيط التجارة الإلكترونية ، ولابد من توفير الجهاز المصرفي لآلية آمنة مناسبة للوفاء الإلكتروني، كإصدار بطاقات ذكية، يسجل عليها جميع بيانات العميل الشخصية والمالية يمكن استخدامها في المعاملات التجارية الإلكترونية بمعدل أكثر أمانا.

3- تطوير الإطار التشريعي: تنبع أولوية تطوير الإطار التشريعي كإحدى المداخل الرئيسية لتطوير وتنمية التجارة الإلكترونية من المشكلات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية على نحو جعل من الأطر التشريعية والقوانين المحلية القائمة إحدى العقبات الرئيسية أمام نمو التجارة الإلكترونية وتحولها إلى استراتيجية متكاملة لقطاع التجارة سواء على مستوى السوق المحلية أو المعاملات التجارية الخارجية، وتتسم الجوانب القانونية لقضية التجارة الإلكترونية بتقاطعها الشديد مع العديد من القوانين الداخلية على نحو

يتطلب تطويرا واسعا للأطر التشريعية والقانونية الداخلية القائمة عبر منهج متكامل دون الاكتفاء بصدر قانون محدد يكتفي بمعالجة الجوانب والأبعاد القانونية المباشرة للتجارة الإلكترونية.

رابعا: الخاتمة

- التمكن من تدعيم الاعمال التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية وجب توفير جميع المعلومات الجديدة واللازمة المتعلقة بذلك فان وسائل الاتصال تعد من الادوات الاساسية لدعم الاعمال.
- ان البنوك الكترونية تلعب دورا هاما في تنشيط التجارة الإلكترونية وتنميتها عبر تقديمها للخدمات بأساليب رقمية، فبدورها تعتبر وسيط مالي وتجاري من خلال خدماتها المصرفية الإلكترونية؛
- تواجه الدول العربية تحديات في استخدام التجارة الإلكترونية التي تجعلها متأخرة، منها عدم توفر بنية تحتية لازمة وضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني وكذلك ضعف امكانيات وقدرات المؤسسات التجارية.

المراجع:

- الاتحاد الدولي للاتصالات (المكتب الإقليمي العربي)، www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx
- احمد حمد الله السمان، التجارة الإلكترونية وتنمية الصادرات جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات الإقتصادية والمالية، العدد 24، فيفري 2005.
- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، العدد الثالث، المجلد الخامس والخمسون، القاهرة، 2012.
- خالد الطويل، تطورات تشريعية، صحيفة الرياض، مؤسسة اليمامة الصحفية 2000، <http://www.writers.alriyadh.com.sa> (25/04/2016) 22:03
- رشيد علام، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009-2010.
- رشيد علام، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 152.
- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية: المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الإسكندرية الدار الجامعية، 2003.

- عابد بن عابد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية، (الواقع – التحديات – الآمال)، للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة، جامعة أم القرى، www.uqu.edu.sa/icie/WebPages/bhooth/2.doc

- عبد الحميد بسيوني، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2004.

- فريد نجار، الاقتصاد الرقمي: الإنترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية الإسكندرية، الدار الجامعية، 2007.

- فريدة بن منصور، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، ورقلة، 2011، ص 115.

- مجلة الإتجاهات الاقتصادية الإستراتيجية، القسم الثالث "التجارة الإلكترونية: تطورها وآليات التعامل معها"، مؤسسة الأهرام، السنة الأولى جانفي، 2001.

- مجلس التعاون لدول الخليج العربية – الأمانة العامة، الموقع الإلكتروني: www.fgccc.org

- محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2000.

- مسعداوي يوسف، سعيدي جميلة، وسائل الدفع الالكترونية، ملتقى دولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، خميس مليانة.

- نجم عبود، الادارة الالكترونية، الاستراتيجية، والوظائف والمشكلات المملكة العربية السعودية، دار المريخ 2004.

- نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية – الآفاق والتحديات، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، 2004.

- هند محمد حامد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، حلوان، دار النهضة العربية، 2003.

- يوسف أبو فارة، "واقع الإنترنت في الوطن العربي" (<http://www.yusuf-abufara.net>).
12:56 (25/04/2016)

- Association D'économie Financière, "la monnaie electronique, Revue D'économie Financière N° 53, Paris.