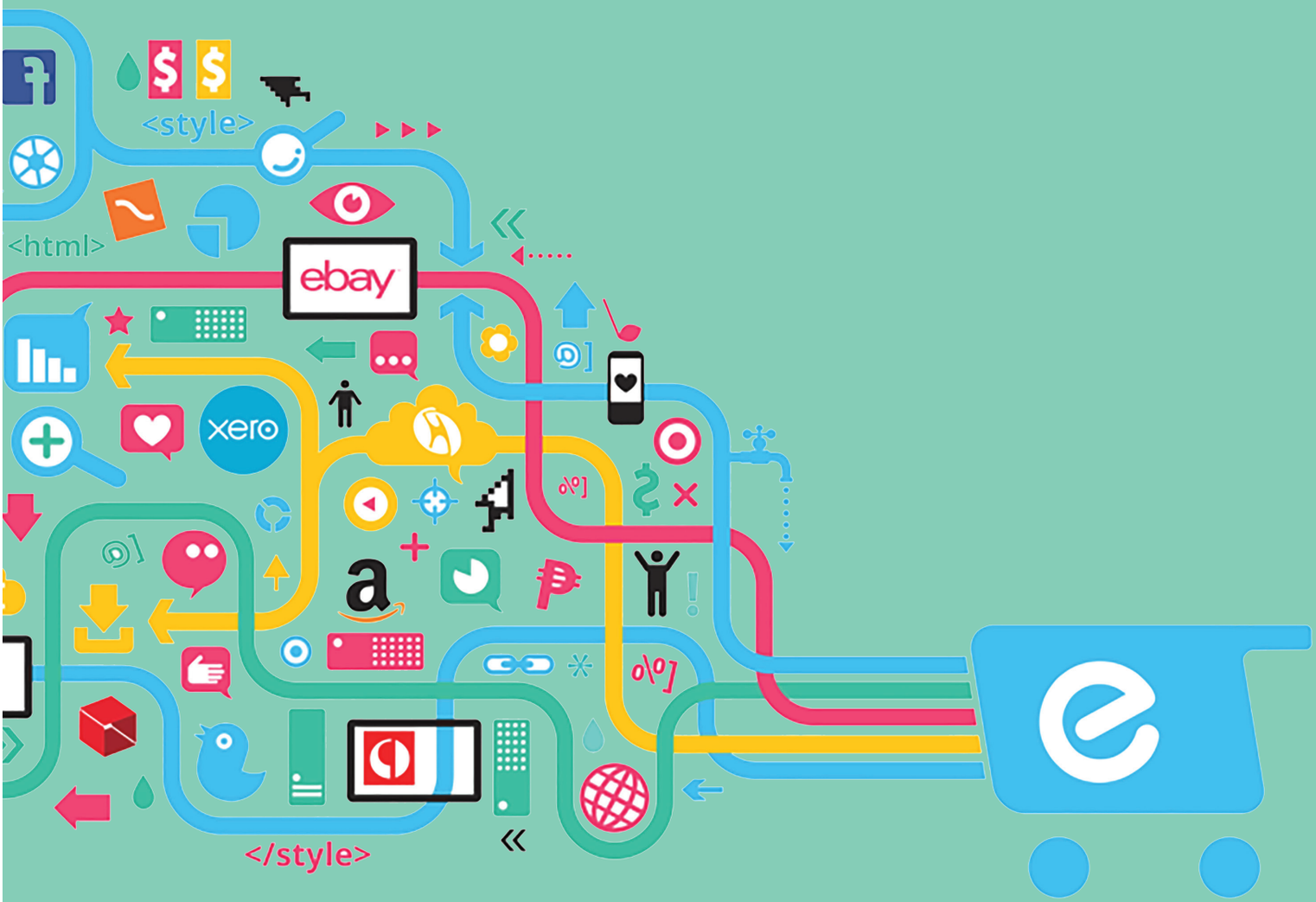
الخارطة الوطنية للتجارة الالكترونية

قطر ٢٠١٧

وزارة المواصلات والاتصالات
Ministry of Transport & Communications


<style>
<html>
ebay
xero
</style>

المحتوي

الكلمة الافتتاحية	٢
المقدمة	٤
مشهد التجارة الإلكترونية في قطر	٨
رؤي سوق التجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك (B2C)	١٠
رؤي سوق التجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال و الأعمال (B2B)	١٢
معوقات التجارة الإلكترونية	١٤
الاطار العام لتنمية التجارة الإلكترونية في قطر	١٦
خطة العمل	٢٠
تعزيز الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية	٢١
تشجيع الدفع الكتروني	٢٢
تحسين الخدمات اللوجستية	٢٣
تحفيز المستهلك لاستخدام التجارة الإلكترونية	٢٤
تمكين التجار	٢٥
دعم البيئة المنظمة للتجارة الإلكترونية	٢٦
الحوكمة والقياس	٢٧
الخاتمة	٢٧
الملحق	٢٨

الكلمة الافتتاحية

نسبة للتقدم الهائل على صعيد قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وبيئته الدائمة التغيير، فإن الطريقة التي نتصور ونجري بها الأعمال التجارية آخذة في التغير السريع كذلك. ويواجه العالم بيئة أعمال تجارية عالية الديناميكية أضحت فيها التجارة الإلكترونية الآن ضرورية للأعمال التجارية بقدر أكبر مما كانت عليه سابقا، بحيث غدت سنداً للتنافس والتنوع. وقطر جزء من هذه التيار، فمع التقدم الذي حققناه على مدى العقد الماضي والمتمثل في انتشار وسائل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في كل جوانب الحياة أصبحت دولة قطر مهيأة لتحقيق عائدات اجتماعية واقتصادية إيجابية بفضل نمو التجارة الإلكترونية.

في ٢٠١٥ احتل سوق التجارة الالكترونية من قطاع الأعمال إلى المستهلك (B2C) في دولة قطر المرتبة السابعة، من حيث الحجم في منطقة الشرق الأوسط وشمال وأفريقيا؛ إذ تبلغ عائداته ما يربو على ١,٢مليار دولار أمريكي وفقاً للتقديرات التي سجلت في العام ٢٠١٤ بقيمة ١,٠٢ مليار دولار أمريكي بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ ١٧٪ ، ويوفر هذا الواقع فرصة كبيرة للنمو والتطور. وتحظى قطر بالكثير من العناصر الرئيسية التي يمكن أن تفضي إلى بيئة ملائمة للتجارة الإلكترونية – فسكانها يتمتعون بمستويات عالية من الدخل والقدرة على الإنفاق، ولديها بنية تحتية قوية وآمنة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إضافة إلى مجتمع يحظي بقدر عال من الترابط الشبكي. وفي حقيقة الأمر، فإن قطر تملك فرصة لمضاعفة حجم سوق التجارة الإلكترونية، والاستفادة القصوى من استثماراتها الضخمة في كل من قطاعي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والخدمات اللوجستية، إضافة إلى النمو في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم. إن تسخير تلك الإمكانيات سيسهل نشوء نظام بيئي قوي للتجارة الإلكترونية رهين بالتدخل والتنسيق الحكومي.

وإدراكاً منها للفرص الهائلة المتاحة لدولة قطر، فلقد قامت وزارة المواصلات والاتصالات بتطوير وثيقة عامة عن التجارة الإلكترونية توضح منهاجا لتنسيق جهود الجهات المعنية لتأسيس البيئة المنظمة للتجارة الإلكترونية تعتمد على نظام الحوكمة والدعم المستمر. كما توضح الوثيقة بشكل تحليلي ومفصل ملامح سوق التجارة الإلكترونية في قطر والاستشارات التي تم اجراءها مع كافة الاطراف المعنية في القطاعين الحكومي والاعمال.

ختاما تعتبر هذه الوثيقة التي تبنت أفضل الممارسات العالمية وآخر التطورات والاتجاهات – بمثابة خارطة طريق طموحة لتنمية سوق التجارة الالكترونية في دولة قطر خاصة وأنها تعكس جهود كافة الأطراف المعنية بالدولة مما يعزز فرص نجاحها وتعميم فوائدها على كل فئات المجتمع القطري.

جاسم بن سيف السليطي
وزير المواصلات والاتصالات

1
SALE %
ORDER
%
%
STORE
BANK
0000 0000 0000
24h

المقدمة

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم ضرورية للقيام بالأعمال التجارية بشكل أكبر مما كانت عليه من ذي قبل بسبب زيادة وعي وتوقعات المستهلك عند القيام بالعمليات الشرائية. ان زيادة معدلات انتشار استخدام خدمات النطاق العريض عالية السرعة – البرودباند، وكذا توافر البنية التحتية المتطورة للإنترنت وأجهزة الهاتف الجوال الذكية، يهيئ فرصاً اقتصادية كبيرة للقطاعات الحكومية والأعمال والأفراد، يحيث يكون لها التأثير الكبير على كيفية القيام بالأعمال التجارية بين قطاع الأعمال و المستهلك (B2C) ، و بين قطاع الأعمال و الأعمال (B2B) في المستقبل.

في عام ٢٠١٥ بلغ إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية العالمية بين قطاع الأعمال و المستهلك ١,٥٤ تريليون دولار امريكي. ولكي نعطي لمحة عن كيفية قيام التجارة الإلكترونية بتغيير السوق في كل أنحاء العالم ما علينا إلا أن نلقي نظرة على بعض الأعمال التجارية الأكثر نجاحاً وشعبية في العالم مثل شركة أمازون، وهي واحدة من أكبر الشركات والتي لا تملك اي نقاط بيع. مثال آخر شركة أوبير (Uber)، وهي أكبر شركة تاكسي في العالم، لا تملك اي مركبات. ومثال آخر شركة نتفلكس (Netflix)، وهي أكبر مزود للخدمات التلفزيونية المدفوعة الأجر، لا تملك وحدة استقبال رقمي (STB) أو بنية تحتية للإرسال التليفزيوني، وكذلك شركة علي بابا (Alibaba)، وهي واحدة من أكبر تجار التجزئة قيمة في العالم، لا تملك أي مخازن للسلع.

إن وثيقة التجارة الإلكترونية هذه هي الأولى من نوعها في دولة قطر: حيث ترسم الخطوط العريضة للمشهد الراهن للتجارة الإلكترونية محليا، وتحدد تفاصيل التحديات والمعوقات التي تجابه النجاح، وتوفر إطاراً لتحديد الطريق للمضي قدماً للأمام. و قد جاءت تلك الوثيقة نتيجة لجهود التعاون الشاملة والتي شارك فيها أصحاب المصلحة المحليين، والإقليميين والدوليين عبر سلسلة قيمة التجارة الإلكترونية برمتها- بدأ من مرحلة تصنيع المنتج إلى مرحلة استلامه من قبل المستهلك- ويعتمد النجاح في تنفيذها على التعاون والتنسيق الوثيق بين كافة الاطراف المعنية.

ومع أن التبني واسع النطاق للتجارة الإلكترونية في قطر سيفضي إلى تأثير إيجابي في بيئة الأعمال التجارية في قطر، إلا أنه لم يتم حتى الآن تبني التجارة الإلكترونية بشكل كامل. إن تبني التجارة الإلكترونية يمكن أن يسهم بقدر كبير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والتي تمثل الركيزة الكبرى لرؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠، حيث أنها ستوفر للأعمال التجارية مدخلاً أفضل إلى المستهلك، وتحسن من كفاءة الأعمال التجارية، وتوسع فرص التجارة والاستثمار، وتشجع الإبداع والتنوع والتنافسية. كما أن للتجارة الإلكترونية أيضاً تأثير مباشر في الركائز الثلاث الأخرى لرؤية قطر الوطنية كما يبيّن الشكل (١)

إن من شأن تبني التجارة الإلكترونية أن تعود بالفائدة على الأعمال التجارية الصغيرة بالإضافة إلى المستهلكين والذين سيكونون قادرين على اتخاذ قرارات شرائية أكثر استنارة ، ومن ثم إجراء المعاملات التجارية بكل سهولة. وإضافة إلى ذلك، فإن بإمكان التجارة الإلكترونية أن تزيل الصعوبات المتعلقة بالمتاجر التقليدية، حيث ستسمح التجارة الإلكترونية للمستهلك بإجراء المعاملات التجارية على مدار الساعة من أي مكان.

ومن منظور العمليات التجارية فإن التجارة الإلكترونية تسمح بمزيد من الكفاءة ورفع الإنتاجية. ومن ناحية أخرى، فإن انتشار التجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال الى الأعمال، سيؤدي إلى تخفيض تكاليف المعاملات التجارية و عمليات التنسيق، كما سيحسن من إدارة عمليات التوريد، والذي يمكن بدوره أن يفضي إلى الحد من ارتفاع الأسعار. إضافة إلى ذلك، فإن التجارة الإلكترونية تتيح أمام مزودي العمليات اللوجستية والخدمات البريدية فرصاً للتوسع عن أدوارها التقليدية وذلك عبر سلسلة القيمة الخاصة للتجارة الإلكترونية.

الشكل ١: كيف تسهم التجارة الإلكترونية في تحقيق رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠

التنمية الاقتصادية

ستسهم التجارة الإلكترونية في تطوير بيئة اقتصادية تنافسية ومتنوعة من خلال:
- تمكين نماذج الأعمال الإبداعية من خلال تنظيم القطاع والبنية التحتية للسوق
- تشجيع زيادة عدد الشركات الناشئة والاستثمارات الأجنبية المباشرة
- رعاية تطوير القطاعات المستهدفة (مثل الخدمات اللوجستية، الخدمات المالية)
- الحصول على مكاسب كبيرة من الإنتاجية الاقتصادية من خلال استخدام وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والدفع الالكتروني

التنمية البشرية

ستسهم التجارة الإلكترونية في تطوير رأس المال البشري في قطر من خلال:
- الإسراع بتحسين المهارات/تعدد المهارات للمتعاملين في القطاع (على سبيل المثال، زيادة المهارات الرقمية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، زيادة مهارات الإدارة، الخ) والتي تفرض بدورها طلباً جديداً في القطاع التعليمي
- تشجيع التدريب المستمر والتعاون بين شركات قطاع الاعمال وبالتالي تمكين الإبداع
- توفير فرصة للمستهلك لكي يحصل على الوصول الأفضل للمنتجات حول العالم
- ايجاد فرص لشمول العمال ذوي الأجور المتدنية والعمالة المؤقتة في التجارة الإلكترونية

التنمية الاجتماعية

ستسهم التجارة الإلكترونية في إنشاء مجتمع عادل وقائم على المعرفة من خلال:
- دفع الانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والتي ستشكل جوانب المجتمع الحديث
- تحفيز السياسات التي تشجع على تطوير و توفير تكنولوجيا المعلومات والنفاذ إلى شبكات الاعمال التجارية المتقدمة
- توفير الإطار القانوني الخاص بحماية المستهلك طوال مراحل المعاملات الإلكترونية

التنمية البيئية

ستسهم التجارة الإلكترونية في التوجه نحو بيئة أكثر أمانا من خلال:
- خفض الانبعاثات الكربونية واستهلاك الطاقة من خلال الاستفادة المثلى من خدمات التخزين والنقل
- تشجيع المشاركة الاجتماعية والخدمات المتنوعة مما سيزيد من الاستفادة من الأصول والامكانيات الحالية
- تشجيع نماذج الأعمال الرقمية الإبداعية التي لا تحتاج لبنية تحتية مادية، والتي يمكنها أن تعتمد على خدمات الحوسبة السحابية، ومن ثم ستسفر عن المزيد من توفير الطاقة والتكلفة

إن التجارة الإلكترونية تسهل الوصول إلى الأسواق الإلكترونية، وتعمل على تسهيل العمليات التجارية وتشجيع انشطة التصدير، واجتذاب الاستثمار الخارجي المباشر. أما الأمر الأكثر أهمية فيتمثل في أن التجارة الإلكترونية تفتح آفاقاً جديدة للإبداع والمنافسة، وتعزز من قدرة المنتج على التفاوض وتساند نماذج التجارة المتعددة القنوات. ومن شأن التجارة الإلكترونية أيضاً أن تشجع دخول المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في السوق، وتمكينها من تحقيق مساهمات اقتصادية، بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى مستهلكين كانوا غير متاحين سابقا في ظل قيود متطلبات انشاء المتاجر التقليدية ووجود منفذ وحيد للمبيعات.

إن هذه الوثيقة تتطلب مساهمة كل طرف من أصحاب المصلحة المشتركة في سلسلة قيمة التجارة الالكترونية، حيث أن:

المؤسسات الحكومية تلعب دوراً في تنظيم ودعم كل من البيئة المادية والرقمية للأعمال التجارية الالكترونية بما في ذلك طرق الدفع المختلفة وحماية حقوق المستهلك.

المؤسسات المالية والتي ستقوم بتشجيع الدفع الإلكتروني، بما يشمل توفير التسهيلات لمصدري البطاقات الائتمانية و مستخدميها ولمزودي خدمات الدفع الإلكتروني الناشئين (مثل خدمات تحصيل الدفع الالكتروني الغير مباشر) (Aggregators and Processors).

مزودي العمليات اللوجستية سيشاركون بدورهم من خلال تسليم البضائع المشتراة للمستهلكين النهائيين وكذلك توفير الدعم اللوجستي اللازم للتجار المحليين لتحسين كفاءة عمليات التوريد.

مزودي خدمات الاتصالات وتكنولوجيا والمعلومات حيث سيوفرون التكنولوجيا والقدرات المهنية المطلوبة لتأسيس، وإدارة وتشغيل مشاريع التجارة الإلكترونية، ويشمل ذلك مشغلي اتصالات الهاتف الجوال والهاتف الثابت، ومزودي حلول الحوسبة السحابية والبرمجيات، و كذلك العاملين في تكامل الأنظمة، ووكالات الإعلام، والشركات الاستشارية في مجال الإنترنت وغيرهم من المتخصصين في التجارة الإلكترونية في شتى المجالات.

التجار المحليون والذين يفكرون في تأسيس/تعزيز وجودهم على الإنترنت، بالإضافة إلى الشركات الناشئة وايضا المستثمرين الأجانب الراغبين في الدخول إلى سوق التجارة الإلكترونية في قطر.

المستهلكين، ويشمل ذلك المواطنين القطريين، والوافدين والعمال ذوي الأجور المتدنية المتعاملين أو الذين يحتمل أن يقوموا بمعاملات تجارية (من قطاع الأعمال إلى المستهلك- B2C). كما تشير كلمة المستهلكين أيضاً إلى مستلميّ السلع و/أو الخدمات التجارية من قطاع الأعمال إلى الأعمال (B2B)

لقد قامت وزارة المواصلات والاتصالات بتطوير تلك الوثيقة عبر القيام بالبحث الدقيق والشامل عن قطاع التجارة الالكترونية ، ومن خلال اجراء مقابلات واخذ استشارات مجموعة كبيرة من أصحاب الخبرة في هذ المجال و ايضا بأخذ استشارات أصحاب المصلحة المشتركة، إضافة إلى القيام بالبحوث الثانوية عن القطاع. و سوف نجد ملخصا لنتائج تلك الجهود في الجدول في الصفحة المقابلة (انظر الشكل ٢)

الشكل ٢: مصادر المساهمة (على سبيل الذكر وليس الحصر)

تعاون الفريق مع مجموعة كبيرة من أصحاب المصلحة المشتركة الرئيسيين والاستعانة بمصادر متنوعة من المعلومات لصياغة وثيقة التجارة الالكترونية

مقابلات واستشارات مع أصحاب المصلحة المشتركة

الجهات الحكومية
وزارة المواصلات والاتصالات
هيئة تنظيم الاتصالات
وزار العدل
وزارة الداخلية
وزارة الاقتصاد والتجارة
مصرف قطر المركزي

مزودي الاتصالات
اوريدو
فودافون

شركات الخدمات اللوجستيات
أرامكس
دي اتش ال
بريد قطر

الهيئات التعليمية
جامعة قطر
مؤسسة قطر الخيرية

الشركات الرائدة
أمازون
جوجل
سوق دوت كوم
اريكسون
روكيت إنترنت

جهات الخدمات المالية
بنك قطر الوطني
البنك التجاري
بنك الدوحة
مركز قطر المالي
كيوباى انترناشونال
باى فورت
فيزا
باى بال

الشركات الخاصة
الخطوط الجوية القطرية
أيكيا
سبارك
شركات متعددة

التقارير/التحليلات

اصدارات وزارة المواصلات والاتصالات
البنك الدولي
الأمم المتحدة
منظمة التجارة العالمية
المنتدي الاقتصادي العالمي
الاتحاد العالمي للاتصالات
الاتحاد العالمي للبريد
منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية

ماستركارد
باى بال
أوفام
ابسوس للأبحاث
بيزنس مونيتور انترناشونال
ايرنست آند ينج للابحاث
المجموعة الاستشارية العربية

المقارنة المرجعية

تشمل كل من الدول التالية:
المملكة العربية السعودية
الإمارات العربية المتحدة
الكويت
عمان
الأردن
إيطاليا
مصر
ألمانيا
سنغافورة

الولايات المتحدة
المملكة المتحدة
مالطا
الهند

مؤسسات، وتشمل
مجموعة علي بابا التجارية
تسكو
ميديامارکت
سوق دوت كوم
الخدمات المصرفية عبر الإنترنت
ام. بيسا
بوست إي باى
جيروباى

مشهد التجارة الإلكترونية في قطر

تمتع قطر ببيئة ملائمة لتبني التجارة الإلكترونية، حيث يقطنها سكانا يحظون بمستويات عالية من الدخل الشهري، و كذلك درجة عالية من الاتصال بالانترنت وخدمات الهاتف الجوال والثابت إضافة إلى الانتشار الكبير في استخدام وسائل الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات. ويقدم هذا القسم لمحة عامة عن مشهد التجارة الإلكترونية في قطر.

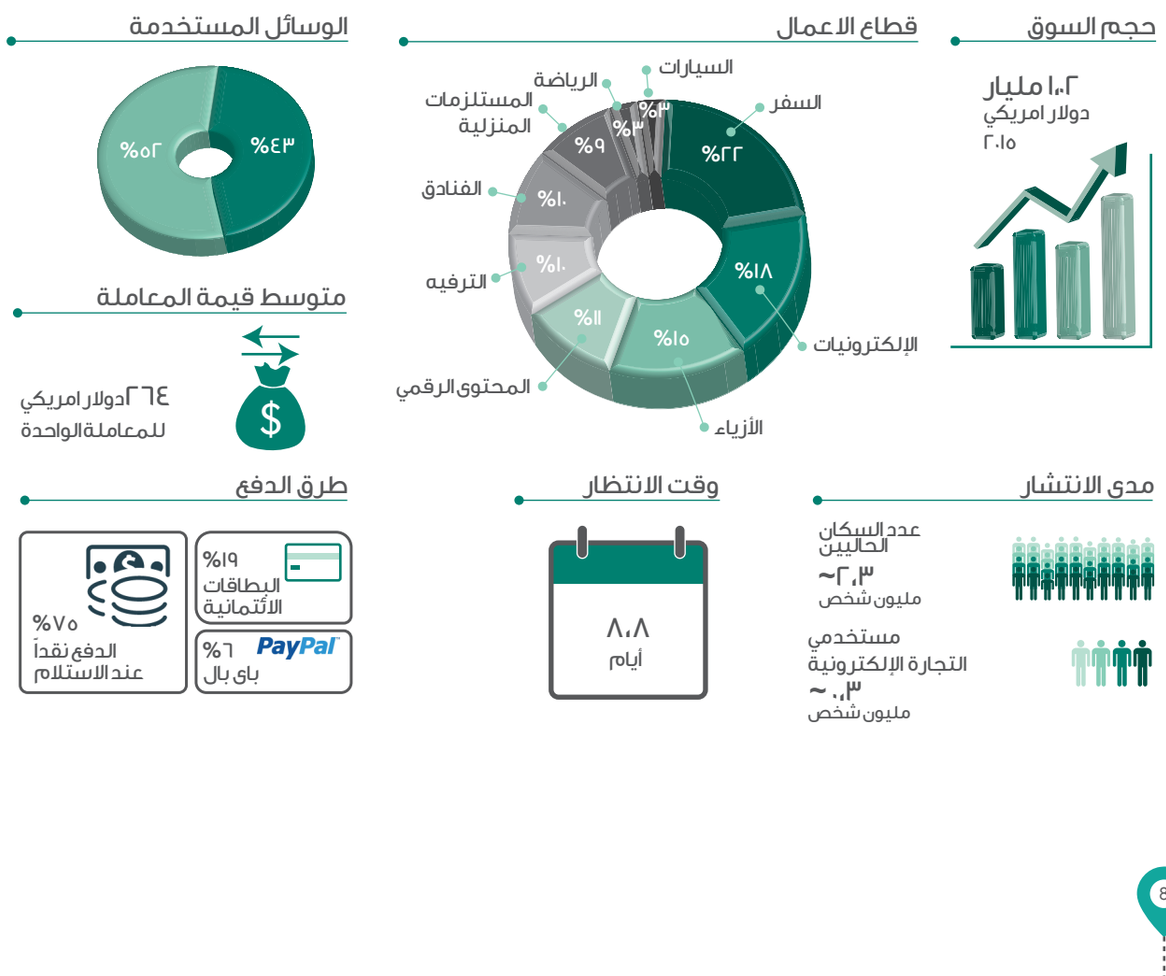
في عام ٢٠١٥ بلغ حجم التعامل بين قطاع الأعمال والمستهلك ١،٢ مليار دولار امريكي، وفقاً لاستقراءات العام ٢٠١٤ بقيمة ١،٠٢ مليار دولار امريكي بمعدل نمو سنوي مركب ١٧٪ ، مما جعل قطر تحتل المرتبه السابعه في منطقه الشرق الاوسط وشمال أفريقيا في قطاع التجاره الالكترونيه. إن الاقتصاد القطري واحد من أسرع الاقتصاديات بين دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والعالم من حيث النمو وحجم الناتج المحلي الإجمالي.

يوضح الرسم التخطيطي (الشكل ٣) لمحة عن سوق التجارة الإلكترونية في قطر ؛ أما الشكل ٤ فيعطي صورة أكثر تفصيلاً للبيئة الملائمة لتبني التجارة الإلكترونية في قطر.

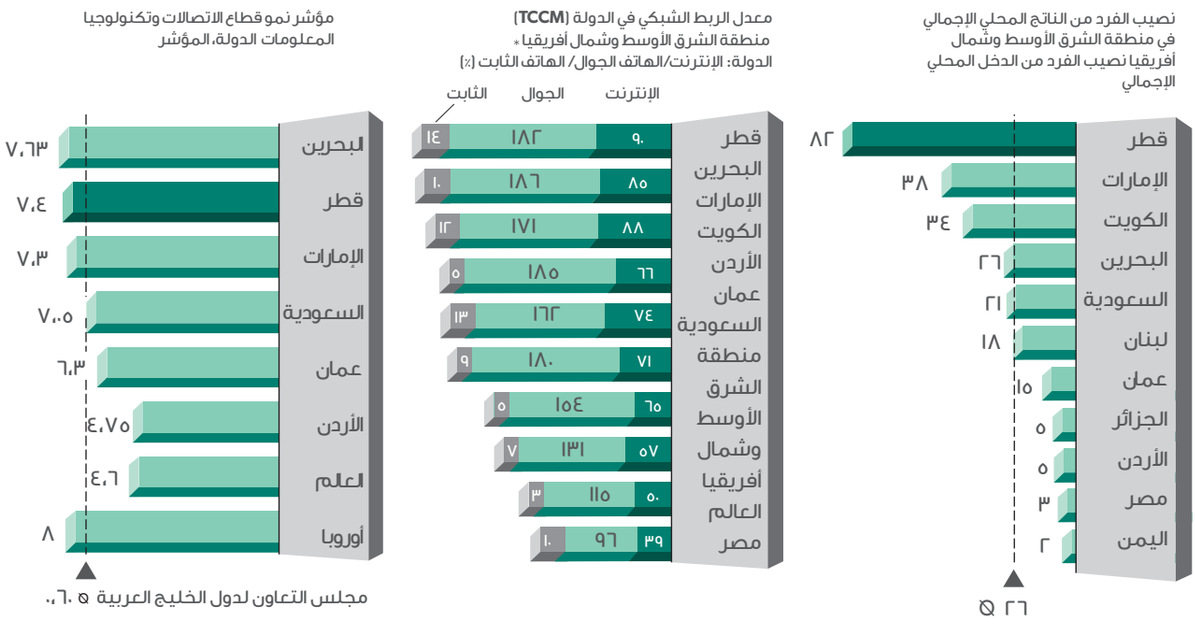
وقد أدت هذه العوامل إلى أن تصبح قطر صاحبة أعلى متوسط سنوي للانفاق على التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث بلغ متوسط قيمة المعاملة الواحدة عبر الإنترنت أعلى من متوسط الانفاق في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. يبلغ متوسط الإنفاق السنوي للفرد في قطر ٣،٤٥٣ دولار أمريكي؛ إذ تبلغ قيمة كل معاملة تجارية نحو ٦٤ دولار أمريكي (انظر الشكل ٥)

الشكل ٣: ملامح من سوق التجارة الإلكترونية في قطر

في الوقت الراهن تأتي قطر في المرتبة السابعة للتجارة الإلكترونية بين قطاع الاعمال والمستهلك (B2C) من حيث حجم المعاملات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع وجود توقعات هائلة باستمرار هذا الارتفاع ...

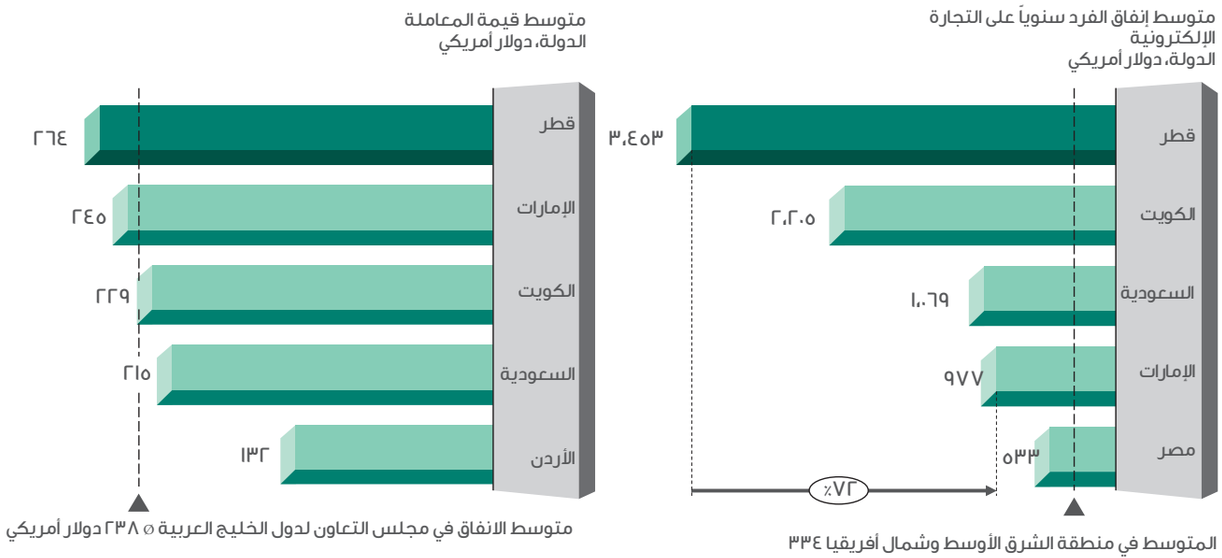


الشكل ٤: المؤشرات الاقتصادية ومؤشرات الربط الشبكي في قطر



المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات، البنك الدولي، موقع إنترنت وورلد ستاتس دوت كوم، تحليلات الفريق

الشكل ٥: متوسط الإنفاق على التجارة الإلكترونية في قطر



المصدر: تقرير "مشهد الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ٢٠١٤ (قطر) الأسر والأفراد، ايماركيتر، المجموعة الاستشارية العربية،باى بال، ايبسوس

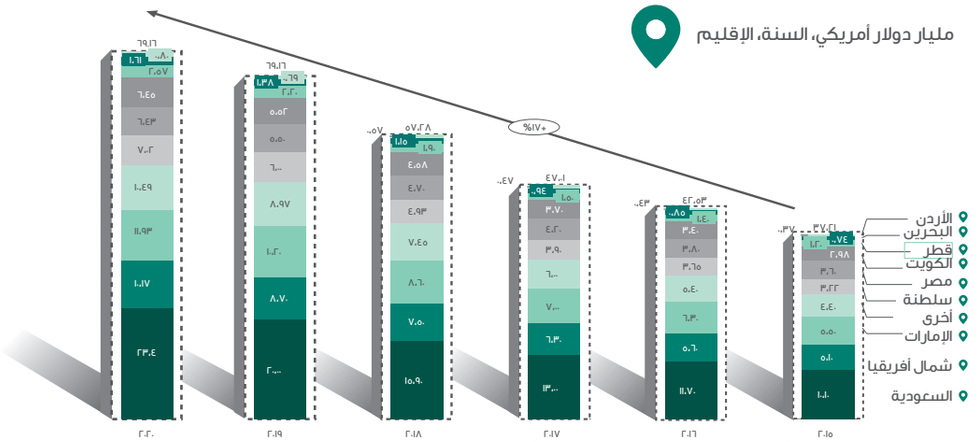
رؤى سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك (B2C)

يبلغ حجم سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال إلى المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نحو ٤٠ مليار دولار أمريكي، وتهيمن على هذا السوق، إلى حد كبير كلا من المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة. ويحتل سوق التجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك في قطر المرتبة السابعة من حيث حجم المعاملات؛ إذا يبلغ حجم هذا السوق في الوقت الراهن ١ بربو من ١,٢ مليار دولار أمريكي، و الذي من المتوقع أن ينمو بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ ١٧٪ في الأربع سنوات التالية بطريقة مشابهة للمتوسط في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (انظر الشكل ٦)

في الوقت الراهن تمثل شراء تذاكر شركات الطيران وشراء الأجهزة الإلكترونية الشريحة الأكبر للتجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك، كما يستحوزان معاً على ٤٠٪ من سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك في دولة قطر. ويتماشى هذا مع قطاعات الاعمال المهيمنة على سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (انظر الشكل ٧)

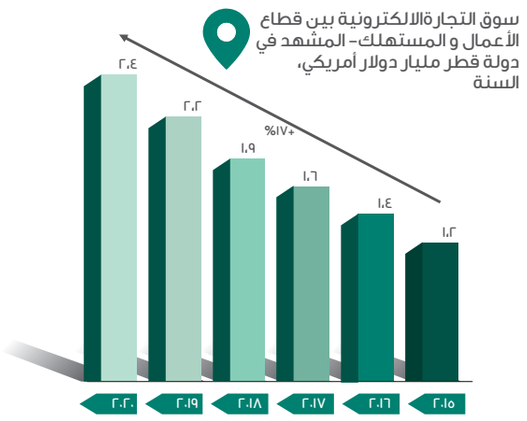
على الرغم من وجود بيئة ملائمة للتجارة الإلكترونية في قطر، فإن استيعاب التجارة الإلكترونية ما زال منخفضاً نسبياً؛ إذ يبلغ من يتسوقون عبر الإنترنت ٤١٪ من إجمالي عدد السكان (مقارنة بالمتوسط الإقليمي والذي يبلغ ٢٧٪). وكذلك معدلات تبني التجارة الإلكترونية هي الأعلى نسبياً بين الوافدين، بينما تنخفض وسط القطريين والعمال من ذوي الأجور المتدنية (انظر الشكل ٨).

الشكل ٦: سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و المستهلك- المشهد الإقليمي

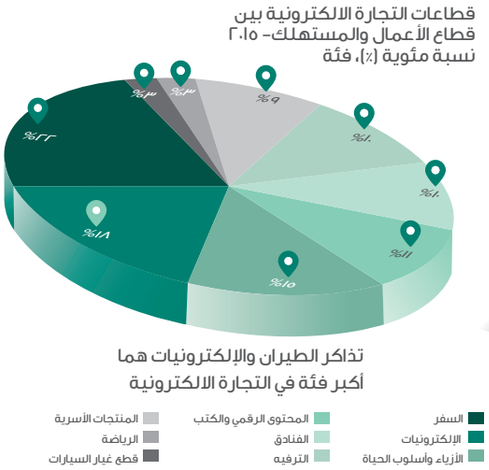


*تشمل دول شمال أفريقيا الجزائر، المغرب وتونس. دول أخرى تشمل سوريا، اليمن، لبنان والعراق
المصدر: ايماركيتر، مقابلات مع الخبراء، تحليلات الفريق، منظمة التجارة العالمية

الشكل ٧: سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال والمستهلك- المشهد في دولة قطر



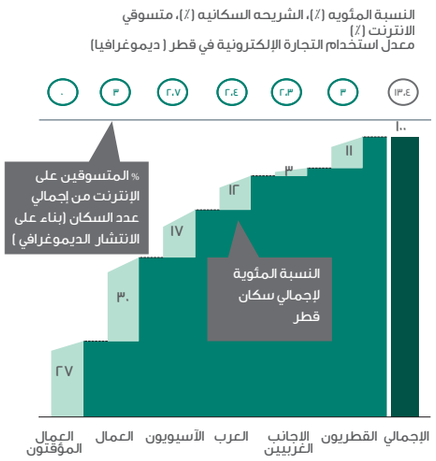
متوسط التجارة الالكترونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بين الأعمال و المستهلك

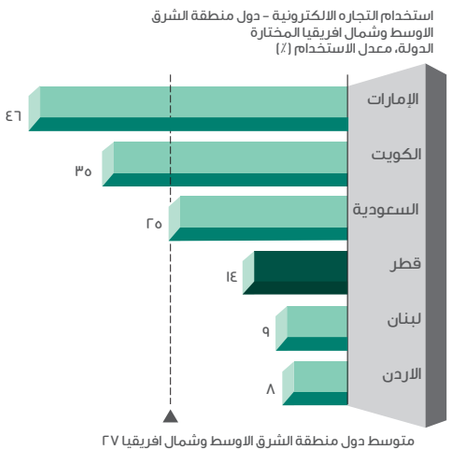


تذاكر الطيران والإلكترونيات هما أكبر فئة في التجارة الالكترونية

المصدر: ايماركيتر، مقابلات مع الخبراء، تحليلات الفريق، نيلسون، ' طرق الدفع في العالم العربي'، باى فورت

الشكل ٨: معدل استخدام التجارة الإلكترونية في دولة قطر





= Σ

*تم الاحتساب كنسبة مئوية من إجمالي عدد السكان بناء على نسبة انتشار التجارة الإلكترونية ديموغرافيا (لا يشمل ذلك القيام الأعمال المصرفية على الإنترنت)
المصدر: تقرير مشهد الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ٢٠١٤ (قطر)، المجموعة الاستشارية العربية، باى بال، ايبسوس، تحليلات الفريق

تتمركز المجموعات «الغير نشطة» في القيام بالتجارة الإلكترونية بين العمال والعمال المؤقتين- والذين يمثلون ٥٤٪ من إجمالي عدد السكان في قطر ١٥٪ فقط هم ممن فوق سن العشرين و ١٧٪ تقل أعمارهم عن ٢٠ سنة (انظر الشكل ٩)

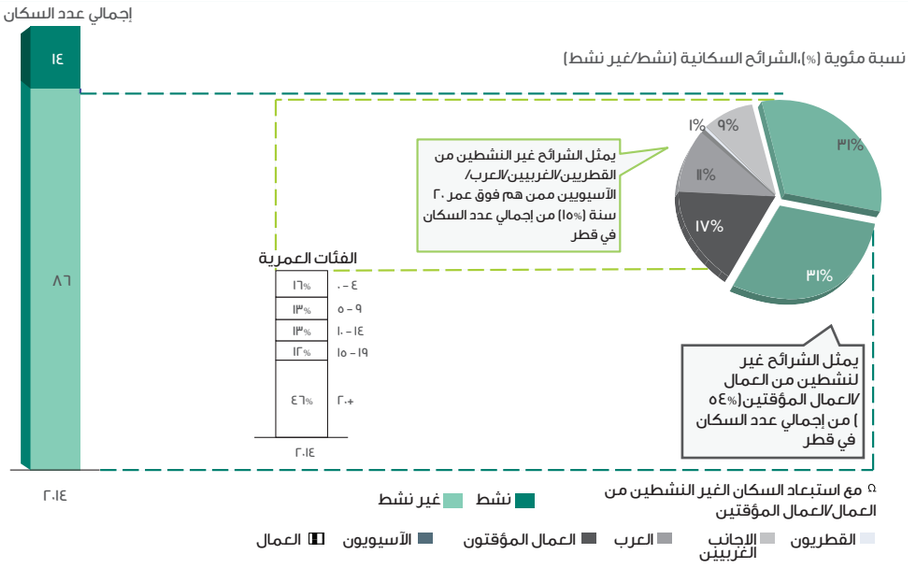
وبقراءة مستقبلية، يظل الغربيون والوافدون العرب/الآسيويون يمثلون القطاع الذي يحظى بأعلى احتمالية لزيادة النشاط في التجارة الإلكترونية (الباحثون عن القيمة الرقمية) ليصلوا الى ٢٩٪ من نسبة المستخدمين النشطين في التجارة الإلكترونية، ويليهم الشباب القطري والعرب والآسيويون والغربيون في معدلات الاستخدام والذين يتمتعون بدخول شهرية عالية (مدمنو التسوق الرقمي) والذين سيصلون الى نسبة ٢٠٪. أما العمال والعمال المؤقتون فسوف تظل احتمالية استخدامهم للتجارة الإلكترونية منخفضة (٢٥٪) (انظر الشكل ١٠)

رؤى سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و الأعمال (B2B)

خلال العام ٢٠١٥ قدرت قيمة سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و الأعمال في قطر بنحو ١.٤٣ مليار دولار أمريكي، وفق استقراءات العام ٢٠١٤ بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ ١٣٪ مليار دولار أمريكي، وهو معدل يفوق المتوسط العالمي. وبالرغم من هذا فإن سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و الأعمال يُعتبر متأخرا في النمو. وبينما يمثل سوق التجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال إلى الأعمال نحو ٨٠٪ من سوق التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، فإن هذه النسبة تبلغ ٤٠٪ تقريباً من سوق التجارة الإلكترونية المحلي (انظر الشكل ١١)

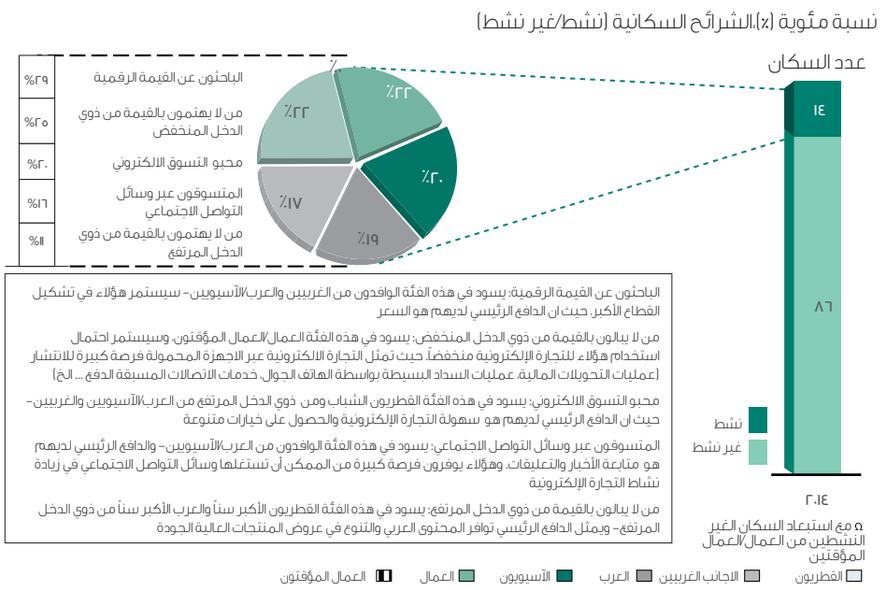
ووفقاً لآخر استبيان تم اجراؤه مع شركات المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم والذي أطلقته وزارة المواصلات والاتصالات في ٢٠١٥، فإن معدلات تبني التجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال والأعمال يُعتبر متدنياً بشكل عام في قطر؛ إذ أن ٧٪ فقط من شركات المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم تقدم طلباتها التجارية عبر الإنترنت.

الشكل ٩: تصنيف الشرائح السكانية النشطة/الغير نشطة -١



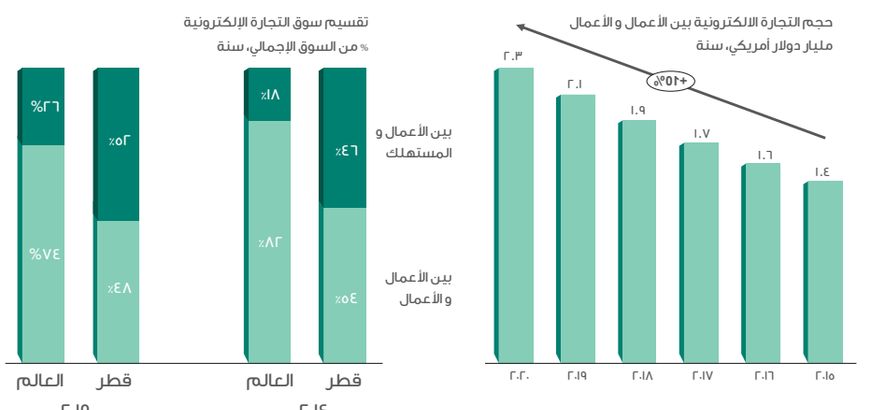
المصدر: تقرير مشهد الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ٢٠١٤ (قطر)، بيبوليشنبيراميد.نت، نتائج المقابلات مع الخبراء، تحليلات الفريق

الشكل ١٠: تصنيف الشرائح السكانية النشطة/الغير نشطة -٢



المصدر: تقرير مشهد الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ٢٠١٤ (قطر)، بيبوليشنبيراميد.نت، نتائج المقابلات مع الخبراء، تحليلات الفريق

الشكل ١١: سوق تجارة الالكترونية بين قطاع الأعمال و الأعمال - المشهد في دولة قطر



المصدر: ايماركيتر، مقابلات مع الخبراء، تحليلات الفريق

معوقات التجارة الالكترونية

هناك عدد من المعوقات التي تعرقل تطوير البيئة المنظمة للتجارة الإلكترونية في قطر، وتتطلب هذه المعوقات تدخلاً خاصاً من الحكومة. وتندرج المعوقات في ست فئات نجد ملخصاً لها في الجدول أدناه (انظر الشكل ١٢)

الشكل ١٢: المعوقات الرئيسية للتجارة الإلكترونية

أ — القوانين والحوكمة
- تحتاج قوانين التجارة الإلكترونية والمهام الرئيسية إلى المزيد من التوضيح، ووضعها موضع التنفيذ وتعميمها

ب — المستهلك
- التحول المحدود إلى التجارة الإلكترونية من قبل مستخدمي الانترنت
- الانتشار ضعيف للتجارة الإلكترونية بين العمال ذوي الأجور المتدنية

ج — طرق الدفع
- تفضيل طريقة الدفع نقداً عند الاستلام، وان الدفع إلكتروني محدود لا يتعدى استخدام بطاقات الائتمان
- التحصيل يتسم بالتعقيد

د — الخدمات اللوجيستية
- التسعير و مستوى الأداء في عملية التوصيل متدني مقارنة بأفضل الممارسات، نتيجة للحجم المحدود من المشتريات واحتكار بريد قطر لهذه الخدمات

ه — التجار
- قلة العروض الموجودة على الإنترنت بسبب التواجد المتدني للتجار المحليين على الانترنت
- تعقد اجراءات تسجيل الشركات الناشئة، ووجود القيود على الاستثمار الاجنبي

و — بيئة الاعمال
- ما تزال في مرحلة التطور
- لابد من تعزيز الثقة والأمن في المعاملات الالكترونية لدى المستخدمين

القوانين والحوكمة: هناك حاجة إلى المزيد من الوضوح فيما يتعلق بقانون المعاملات والتجارة الإلكترونية (الصادر عام ٢٠١٠)، ووضعه موضع التنفيذ والتعريف به بين العامة. ويشمل ذلك توضيح الأدوار والمسؤوليات الراهنة للأطراف المعنية، بالإضافة إلى زيادة الوعي بالقانون وسط أصحاب المصلحة المشتركة. علاوة على ذلك، يعطي القانون مزايا كبيرة للبنية التحتية للمفتاح العام (PKI)، والذي يشمل التوقيعات الإلكترونية، مما يخلق ظلالاً من الشك حول البدائل الأخرى.

معدلات الاستخدام بين المستهلكين: تشكل محدودية تحول مستخدمي الانترنت تجاه التجارة الإلكترونية (نتيجة لتدني وعي المستهلكين بالخيارات المتاحة بالتجارة الإلكترونية) وكذلك يمثل الافتقار إلى وجود العروض المحلية جانباً من التحديات الراهنة. وتشمل القضايا الأخرى ضعف محتوى وجاذبية المواقع الإلكترونية الخاصة بالتجار المحليين الامر الذي يحد من اقبال المستهلكين عليها وصعوبة وصولهم الى مايبحثون عنه، وعدم القدرة على تلبية احتياجات قطاعات مختلفة من السكان. إضافة إلى ذلك، فإن الانتشار الضعيف للتجارة الإلكترونية وسط أعداد كبيرة من العمال ذوي الأجور المتدنية (العمال والعمال المؤقتون معاً) يعيق جهود الترويج للتجارة الإلكترونية.

طـرق الدفـع فـي قطـر: تتـم معظـم عمليـات الدفـع فـي قطـر بطريقـة الدفـع نقـداً عنـد الاسـتلام، وهنالـك عـدد محـدود مـن وسـائل الدفـع الإلكتروني (البطاقـات مسـبقة الدفـع، المحفظـة الرقميـة، الـخ). إن قواعـد ونظـم الدفـع الإلكتروني المعقـدة لـدى التجـار، وعمليـة التحصيل ذات التكلفـة المرتفعـة، وغيـاب خدمـات أدوات الدفـع (Aggregators) الاخـرى فـي السـوق، ممـا يعيـق تطـور التجـارة الإلكترونيـة.

الخدمـات اللوجيسـتية: إن أداء التسـعير و تسـليم الطلبـات الحالي هـو أدنـى مـن مسـتوى معاييـر افضـل الممارسـات المتبعـة، ويعـود ذلـك للحجـم المحـدود مـن طلبـات الشـراء الالكترونيـة و كذلـك لاحتـكار المشـغل الوطنـي للبريـد (بريـد قطـر- كيوبوسـت) لتلـك الخدمـات. إن الافتقـار إلـى المنافسـة القويـة فـي قطـاع تسـليم الطـرود المحليـة يترتـب عليـه زيـادة فـي الأسـعار و تقليـص حجـم السـلع الـواردة. عـلاوة علـى ذلـك، فـإن الافتقـار إلـى وجـود مناطـق التجـارة الحـرة يقلـل مـن جـذب قطـر لاسـتثمارات التجـارة والتصديـر.

التجـار: يتسـبب التواجـد المحـدود للتجـار المحلييـن علـى الإنترنـت فـي قلـة العـروض المتاحـة فـي التجـارة الإلكترونيـة. وكذلـك فـإن التجـار المحلييـن يتسـمون عمومـاً بوعـي محـدود ومهـارات تكنولوجيـة بقـدر أدنـى مـن القـدر المطلـوب لتمكيـن التجـارة الإلكترونيـة وعـدم وجـود اسـتراتيجيات تعـدد القنـوات البيـع. ومـن ناحيـة اخـرى، فـإن مصـادر تمويـل انشـاء الشـركات الجديـدة محـدودة ، وكذلـك وجـود الإجـراءات المعقـدة والمكلفـة للتسـجيل التجـاري. فهنـاك حاجـة ماسـه لتبسـيط إجـراءات الشـركات الناشـئة حتـى تناسـب احتياجـات الأعمـال التجاريـة علـى الإنترنـت. وأخيـراً، فـإن المتطلبـات التنظيميـة الصارمـة و عـدم وجـود البيئـة التنافسـية تقيـد تشـجيع الاسـتثمارات الاجنبيـة ممـا يـؤدي إلـى تقليـل فـرص جـذب الشـركات الكبـرى فـي التجـارة الالكترونيـة الـى السـوق القطـري.

بيئـة الاعمـال: لاتـزال بيئـة الاعمـال للتجـارة الإلكترونيـة فـي مرحلـة التطويـر، ممـا يسـفر عـن وجـود منصـات للاتصـالات وتكنولوجيـا المعلومـات دون المسـتوى مـع الابتـكار المحـدود فـي البنيـة التحتيـة. إضافـة إلـى ذلـك، هنـاك انخفـاض عـام فـي الوعـي بالتجـارة الإلكترونيـة مـن قبـل المشـروعات الصغيـرة والمتوسـطة الحجـم والشـركات الناشـئة المحليـة. وبذلـك فـإن الافتقـار إلـى الأدوات والحلـول المشـتركة لتيسـير عمليـة بـدء التجـارة الإلكترونيـة و كذلـك المخـاوف التـي تحيـط بالثقـة والأمـن فـي المعامـلات الالكترونيـة، يتطلـب توفيـر توثيـق تلـك المواقـع ووجـود قنـوات لدعـم المسـتهكلين.

الاطار العام لتنمية التجارة الالكترونية في قطر

حتى يتم التغلب على المعوقات التي تم ذكرها وتحقيق الفوائد الملموسة للتجارة الإلكترونية، فقد تم تصميم إطار مرن لضمان تبني التجارة الإلكترونية في قطر ونموها.

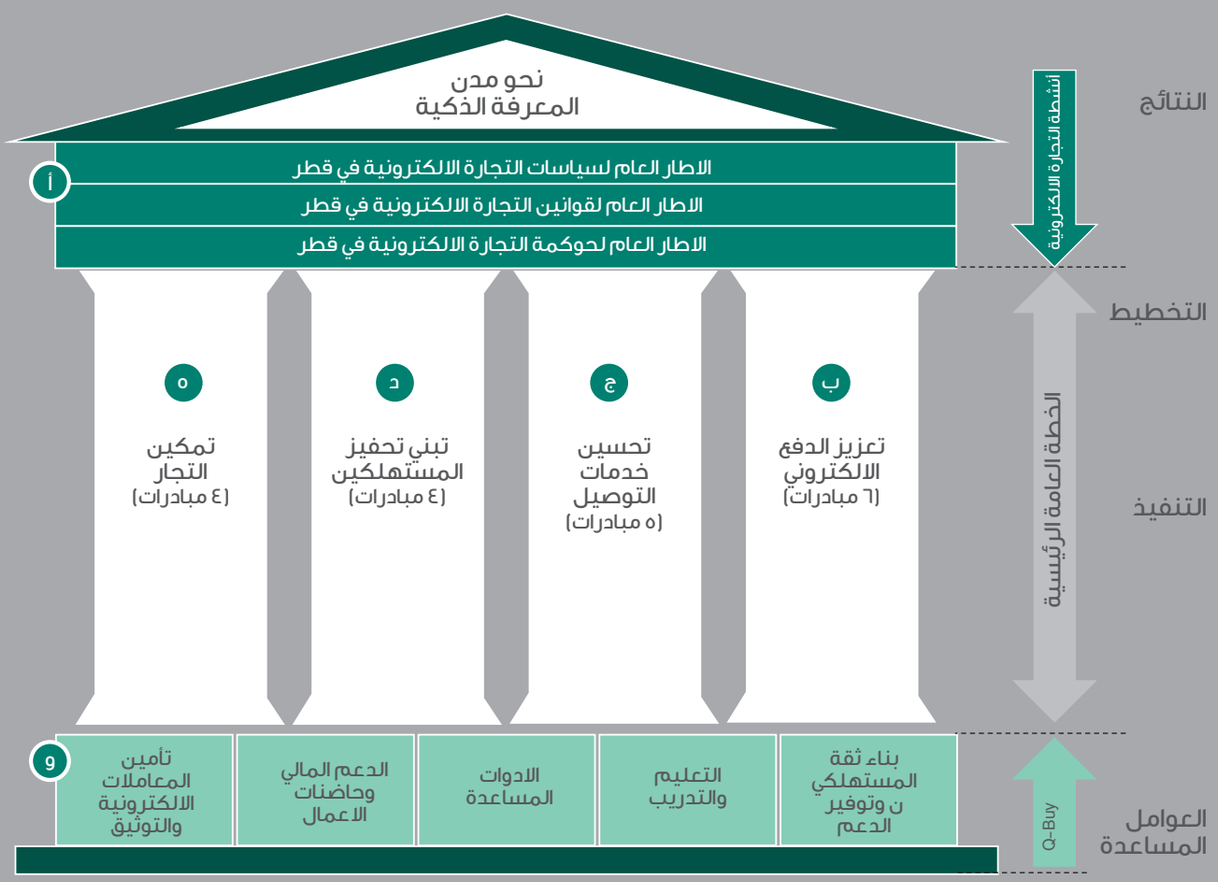
يتكون هذا الإطار من ثلاثة أجزاء رئيسية، وسنستعرضهم بمزيد من التفصيل أدناه، وهم: تمكين الجانب التنظيمي، وجانب الحوكمة في قانون التجارة الإلكترونية، معالجة احتياجات سلسلة القيمة في التجارة الإلكترونية عن طريق الخطة الرئيسية للتجارة الإلكترونية، توفير منصة قدرات لتيسير التنفيذ ولدعم تبني التجارة الإلكترونية عبر منصة تمكين (انظر الشكل ١٣)

قانون التجارة الإلكترونية: لقد صمم هذا القانون لإصدار السياسات اللازمة لتحقيق التنفيذ الكامل لقانون المعاملات الإلكترونية الحالي وضمان نشر الوعي به بين العامة بصور فعالة، ولتبسيط التشريعات القائمة وايجاد نموذج واضح للحوكمة.

الخطة الرئيسية للتجارة الإلكترونية: تتناول الخطة مجالات رئيسية في سلسلة القيمة الخاصة بالتجارة الإلكترونية عبر مجموعة من المبادرات التي تستهدف زيادة الوعي بالتجارة الإلكترونية وانتشارها في السوق، وترويج تبني وسائل الدفع الإلكتروني، وفتح السوق أمام المنافسة والاستفادة من فرص التبادل الدولي لرفع كفاءة الخدمات اللوجيستية، وكذلك تحفيز التجار المحليين للتواجد على الإنترنت وجذب الاستثمار الاجنبي المباشر المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

منصة التمكين : ستوفر تلك المنصة قدرات رئيسية عبر طرح مبادرات تستهدف بناء ثقة المستهلك عن طريق وضع علامات التوثيق وشهادات الاعتماد على المواقع التجارية. كما ستدعم المنصة التجار و شركات المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الوصول إلى مصادر معلوماتية، وتوفر أدوات تسويقية على الإنترنت، وتوفير الدعم عند الطلب إضافة إلى تقديم طلبات التمويل.

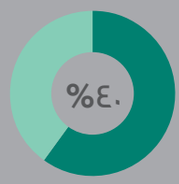
الشكل ١٣: الاطار العام لتنمية التجارة الالكترونية في قطر



مشهد التجارة الالكترونية في قطر

متوسط عملية الشراء ٢٦٤$

متوسط فترة الانتظار ٨ أيام



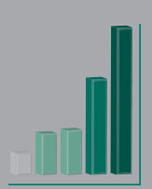
تسيطر تذاكر الطيران والإلكترونيات على قطاع تجارة التجزئة عبر الإنترنت، حيث تمثل ما يقرب من ٤٠٪ من حجم القطاع في قطر

$١,٢٠٠,٠٠٠,٠٠٠

١.٥ تريليون دولار قيمة المبيعات العالمية لتجارة التجزئة الإلكترونية في عام ٢٠١٤

تبلغ نسبة المتسوقين عبر الإنترنت ١٤٪ من مجموع السكان

يأتي سوق تجارة التجزئة الإلكترونية في قطر في المرتبة السابعة على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ومن المتوقع أن يشهد معدل النمو السنوي المركب زيادة تصل إلى ١٧٪ خلال السنوات الخمس القادمة



تمتلك قطر أعلى متوسط سنوي لإنفاق الفرد في سوق التجارة الإلكترونية على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، كما تتصدر دول الخليج من حيث متوسط قيمة كل معاملة إلكترونية

خطة العمل

بما إن التجارة الإلكترونية ما تزال في مراحل نموها الأولى في قطر، فإن دور الحكومة في رعاية بيئة داعمة للتجارة الإلكترونية في غاية الأهمية. فمن خلال التدخلات الحكومية الموجهة، سيكون لدى قطر الفرصة لرفع توقعات زيادة حجم سوق التجارة الإلكترونية فيها إلى الضعف بحلول عام ٢٠٢٠.

و سوف تعالج الإجراءات والمبادرات التالية المعوقات الحالية التي تقف أمام جهود تنشيط التجارة الإلكترونية، وتندرج الخطوط العريضة لتلك الإجراءات والمبادرات في خمس مجالات رئيسية وهي: ايجاد القوانين والحوكمة، تمكين وتفعيل الدفع الإلكتروني، تحسين الخدمات اللوجستية، تمكين التجار وتقوية نظام بيئي داعم للتجارة الإلكترونية. وسوف يتم التنفيذ في إطار زمني يمتد لثلاث سنوات.

واحد

تعزيز الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية

الأهداف

» الاسراع من تفعيل قانون المعاملات الإلكترونية وتطويرها

» تعزيز التنظيم الذاتي و بناء العلامات التجارية الموثوق فيها

» تأسيس بيئة شاملة للحوكمة للإشراف على التنفيذ

ان الإطار التنظيمي للتجارة الالكترونية لهو امر في غاية الأهمية بالنسبة للبيئة المنظمة للتجارة الإلكترونية في قطر واستدامته. وسوف تصيغ هذه الأطر الممارسات القيادية من خلال مجموعة من الأحكام الملزمة والقواعد الطوعية والتي ستوفر توجيهات واضحة وواقعية لأبرز الشركات في السوق من خلال توفير بنية تتسم بالشفافية والخضوع للمساءلة.

ويركز إطار السياسات على مبادرات التنظيم المختلط والتنظيم الذاتي والتي سوف تعمل كأدوات مرنة تشرك أبرز الشركات في السوق والمستهلكين معاً في تطوير القواعد، والمعايير، و التوجيهات والتوصيات من أجل تنفيذ المتطلبات التنظيمية الإلزامية بطريقة أفضل. وسوف يوفر إطار السياسات هذا أيضاً التوجيه فيما يتعلق بمعايير اعتماد وتراخيص علامات التوثيق الالكتروني. ويتلخص الغرض من هذا الإطار الى تعزيز الشفافية، والعدالة والأمن الالكتروني في سوق التجارة الالكترونية، وكذلك تمكين التجار من الالتزام بالبنود القانونية بطريقة أفضل. وسيكون في مقدور أبرز الشركات في السوق تبني أفضل الممارسات الدولية إضافة إلى الاستفادة من تجارب الشركات الأخرى في السوق.

أما الإطار القانوني فسيركز على بناء الثقة في التعامل عبر الإنترنت وتأمين المعاملات الإلكترونية بين الشركات، والمستهلكين والسلطات العامة. وسيستجيب الإطار القانوني للبيئة الناشئة والمعقدة التي تنظم الممارسات التجارية على الإنترنت في قطر عن طريق تنفيذ قانون التجارة الإلكترونية وقانون المعاملات الإلكترونية جنباً إلى جنب مع المبادرات والإجراءات القانونية الأخرى، بالإضافة إلى زيادة الوعي حول وفهم القواعد القانونية الجديدة مثل قانون حماية الخصوصية والبيانات. ويتطلب هذا الإطار تنسيقاً مكثفاً مع كافة الاطراف المعنية.

ويُعتبر وجود إطار حوكمة باشراك أصحاب المصلحة المؤسسين أمراً جوهرياً فيما يتعلق بقيادة وتنفيذ وثيقة التجارة الإلكترونية في ١٠ مجالات ذات الصلة بالتجارة الالكترونية وتخضع حالياً للتنظيم، وهي: حماية البيانات الشخصية، حماية حقوق المستهلك، المعاملات الإلكترونية، تسجيل الأعمال التجارية، الممارسات التجارية، أمن المعلومات الالكترونية، خدمات الدفع الالكتروني، الخدمات البريدية، الجرائم السيبرانية والقطاعات المنظمة والمهن ذات الصلة. وفي كل واحد من تلك المجالات ينبغي أن تركز الإجراءات على المكاسب السريعة والتي سيمكن تحقيقها ضمن الإطار القانوني القائم، إضافة إلى تحقيق الأهداف طويلة الأمد التي تتطلب تعديلات في الإطار القانوني الحالي.

من ثم فإن الإجراءات المطلوبة للنجاح في مجال القانون والحوكمة تشمل:

- تحديد مجموعة من السياسات لدعم التنظيم الذاتي وتحديد المعايير الرئيسية
- تحديد المكاسب السريعة والمبادرات طويلة الأمد لتعزيز وتحسين الإطار القانوني
- تحديد الأدوار، المسؤوليات والعمليات الجوهرية لتطوير برنامج التجارة الإلكترونية

اثنين

تشجيع الدفع الالكتروني

الأهداف

- تقليل التعقيد فيما يتعلق بعملية الدفع الإلكتروني
- إبراز دور مزودي خدمات الدفع الإلكتروني
- تمكين الوسائل الآمنة للدفع على الإنترنت لكل مستخدمي التجارة الإلكترونية

إن إتاحة وسائل متعددة للدفع الالكتروني ووجود عملية دفع إلكتروني فعالة هو أمر ذو أهمية حيوية لزيادة تبني التجارة الإلكترونية.

يخضع التجار إلى عملية مكلفة ومعقدة في المصارف الوطنية من أجل قبول معاملات الدفع الإلكتروني. لذا فإن تشجيع دور مزودي خدمات تحصيل الدفع الالكتروني (Aggregation) في السوق سيفيد التجار حقاً (لا سيما للشركات الناشئة وشركات المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم) من خلال خفض التكاليف وإضفاء المزيد من الكفاءة على العمليات. ولتحقيق المزيد من تحرير وترويج الدفع الالكتروني قطاع الدفع الإلكتروني فإن هناك ضرورة لوضع قانون الدفع الإلكتروني حتى يتسنى تبسيط المتطلبات التنظيمية والإدارية التي تحيط بتمكين مؤسسات الدفع وترخيصها، وكذلك توسيع انتشار وسائل الدفع الالكتروني وتقليل الاجراءات المعقدة الذي تحيط بمعايير الأهلية (مثل: أعرف عميلك، الحدود الأدنى للمرتبات، الخ).وسوف يخفض تنفيذ قانون الدفع الإلكتروني من رسوم المعاملات كما سيخفض أسعار البيع للعملاء .

إضافة إلى ذلك، فإن هناك حاجة لوجود خيارات متعددة للدفع لكي تفي باحتياجات القطاعات المختلفة من المستهلكين. ويجري التخطيط للقيام بمبادرات متعددة من أجل هذه الغاية بما في ذلك معالجة المتطلبات التنظيمية والاستفادة القصوى من قوانين حماية الأجور وبوابة كيوباى لتمكين استخدام بطاقات البنك المسبقة الدفع، وبطاقات الأجور من أجل الدفع الآمن على الإنترنت. علاوة على ذلك، هناك ضرورة لإشراك مشغلي الهاتف الجوال للاستفادة من الانتشار الواسع للهاتف الجوال لتمكين تكنولوجيا المحفظة الرقمية واستخدام الهاتف الجوال في التجارة الإلكترونية.

من ثم فإن الإجراءات المطلوبة للنجاح في تمكين وتفعيل الدفع الإلكتروني تشمل:

- تشجيع الدفع الإلكتروني من خلال تيسير قدرة التجار على التحصيل (مع مزودي خدمات التجميع) وتفعيل البطاقات البنكية مسبقة الدفع وتكنولوجيا المحفظة الرقمية
- تقييم الفرص لتوفير إجراءات مبسطة لاعتماد مؤسسات الدفع والمؤسسات المالية الإلكترونية
- تبسيط إصدار أدوات الدفع الإلكتروني مثل بطاقات الدفع المسبق والمحفظة الرقمية
- دراسة وضع «قانون الدفع الالكتروني» والذي سيساعد في تنظيم سوق التجارة الالكترونية، كما سيسمح في الوقت نفسه لمزودي خدمات الدفع بالحصول على التراخيص المطلوبة لمباشرة اعمالهم

ثـلاثة

تحسين الخدمات اللوجستية

الأهداف

» تحفيز الخدمات اللوجستية و فتح أسواق خدمات التوصيل للمنافسة والابداع

» تعزيز خيارات خدمات التوصيل وخفض التكاليف وزيادة جودة الخدمة

» التركيز على سوق إعادة التصدير لزيادة حجم الكميات الواردة

يبشر قطاع الخدمات اللوجستية في قطر بعوائد اقتصادية كبيرة للبلاد ويشجع على زيادة كفاءة الخدمات المقدمة، في ذات الوقت الذي يعزز فيه من خيارات خدمات التوصيل.

وسوف يوفر فتح باب المنافسة في توزيع الطرود داخلياً الكثير من الفوائد للمستهلك ولأبرز الشركات في السوق، وذلك لأنه يقلل التكاليف، ويشجع التسعير التنافسي ويرفع من جودة الخدمة، كما يحفز الإبداع والكفاءة. ومن ناحية أخرى، فإن الفتح الجزئي للسوق مع استمرار سيطرة الشركة القطرية للخدمات البريدية بينما يُسمح للاعبين الآخرين بالدخول في قطاعات معينة من السوق، هو خيار يستحق الاستكشاف. وتعمل الحكومة حاليا على اصدار قانون يسمح بالمنافسة في خدمات التوصيل المحلي. وسوف يعطي هذا القانون شركات خدمات التوصيل الدولية الحق في التوصيل داخل البلاد.

ومن الممكن تحقيق المزيد من التحسينات في نموذج تشغيل عمليات خدمات التوصيل والخدمات اللوجستية، آخذين في الاعتبار توفير وسائل خدمات التوصيل أكثر إبداعاً وفعالية مثل الخزائن ونقاط الاستلام المؤتمتة والتي ستفضي بدورها إلى عملية تسليم أسرع وبتكلفة اقل مما يزيد من انتشار التجارة الإلكترونية. وللاستفادة الحقيقية من فرص التجارة والخدمات اللوجستية، فإن الاستثمار في مناطق التجارة الحرة ومنصات المساعدة الإلكترونية سوف يفتح الباب أمام وجود خدمات لوجستية عابرة للحدود أكثر سهولة وسرعة وفعالية. ومن أجل هذه الغاية يمكن لقطر أن تستغل المناطق اللوجستية/الاقتصادية المقترحة لجعل الدوحة مركزا اقليميا للخدمات اللوجستية «مناطق»، ولتوسيع حجم التجارة البينية واستغلال الفرص المتاحة من سوق إعادة التصدير.

ومن ثم فإن الإجراءات المطلوبة للنجاح في تحسين الخدمات اللوجستية تشمل:

- فتح باب المنافسة في السوق المحلي لتوزيع الطرود لتعزيز الأداء الكلي في عمليات التوصيل وخفض التكاليف
- ضمان تركيز الشركة القطرية للخدمات البريدية على التجارة الإلكترونية وتمكين التجار المحليين بإتاحة حلول الخدمات اللوجستية الإلكترونية
- الاستفادة من الاستثمارات الراهنة في المناطق اللوجستية/الاقتصادية لتقوية سوق إعادة التصدير بغرض توسيع حجم معاملات قطر وأداء الأسعار

أربعة

تحفيز المستهلك لإستخدام التجارة الالكترونية

الأهداف

» رفع وعي المستهلك بالتجارة الإلكترونية

» دعم حضور التجار والمشروعات الصغيرة والمتوسطة على الإنترنت

» زيادة انتشار التجارة الإلكترونية وجعلها الخيار المفضل لدى التاجر والمستهلك

تتضمن زيادة استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية في قطر بناء الوعي والمعرفة بالتجارة الإلكترونية وابتكار طرق مبسطة لجذب المستهلك لتفضيل التسوق على الإنترنت وفي الوقت نفسه إتاحة الوصول أمام قطاعات أوسع من السكان.

إن تحفيز تبني التجارة بين قطاع الأعمال إلى المستهلك يتطلب مبادرات رقمية متعددة تركز على المعلومات المتعلقة بمختلف عروض التجارة الإلكترونية المحلية في الإنترنت، وابتكار طرق سوق متكاملة تستغل قنوات الإنترنت وبناء الثقة ونشر الوعي بين المستهلكين. و ستسهم بوابة قطر للتجارة الإلكترونية في بناء المعرفة و الوعي الشامل فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ومن المهم أيضاً تلبية احتياجات غير القطريين ولا سيما العمال ذوي الأجور المتدنية والعمال المؤقتين. إضافة إلى ذلك، فإن وجود تطبيق جوال وادوات مساعدة على الانترنت، يلعب دور البوابة المتعددة القنوات للخدمات الشاملة والذي سيوفر المعلومات، والدعم والخدمات للمستهلكين.

علاوة على ذلك، فإن شركات المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، تحتاج من أجل زيادة تواجدها في الإنترنت، ولتشجيع تحول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية، تحتاج إلى منصة على الإنترنت توفر لها المعلومات المطلوبة، الأدوات والدعم في مجالات مثل المبيعات العابرة للحدود، المشتريات الإلكترونية والتيسير الإلكتروني.

من ثم فإن الإجراءات المطلوبة لنجاح زيادة استخدام المستهلكين للتجارة الإلكترونية تشمل:

- تأسيس مواقع إلكترونية مؤسسية للتجارة الإلكترونية لتثقيف المستهلك بالقوانين، والفوائد والأخبار
- تأسيس علامات التوثيق الالكتروني لتأهيل الشركاء المعتمدين وتعزيز ثقةالمستهلك
- تطوير بوابة متجر النافذة الواحدة للعمال لمساعدتهم على التكيف بالعيش في قطر بإستخدام خدمات الكترونية خاصة على الانترنت حسب الطلب
- تصميم خدمات حكومية متوفرة على الإنترنت فقط لتحفيز استخدام التجارة الإلكترونية بين السكان غير النشطين

خمسة تمكين التجار

الأهداف

» تمكين التجار من أجل تبني التجارة الإلكترونية

» زيادة عروض التجارة الإلكترونية المحلية والعابرة للحدود

قد يتطلب زيادة تواجد التجار على الإنترنت وزيادة عروضهم الإلكترونية، إبداعات خاصة تستهدف تمكين التجار ودعمهم حتى يتبنوا التجارة الإلكترونية بطريقة سلسة.

إن عملية التسجيل المكلفة والمعقدة في قطر لا تناسب بيئة الإنترنت ولا القنوات المتعددة، ومن ثم فهي تشكل معوقاً رئيسياً أمام الشركات الناشئة العاملة في الإنترنت اليوم. إن دعم هذه الشركات في عملية التسجيل التجاري وتيسير الأنشطة ذات الصلة بالشركات الناشئة هما من بين المبادرات الرئيسية لتشجيع المشاركة المتزايدة للتجارة الإلكترونية في الاقتصاد. إضافة إلى ذلك، يوجد في قطر حالياً عدداً كبيراً ممن يمارسون التجارة من منازلهم ويستخدمون منصات وسائل التواصل الاجتماعي مثل انستاجرام، واتساب، وبي انترست (Pinterest) لتسويق منتجاتهم . وهذه الشركات تعمل عادة انطلاقاً من المنزل ولا تملك سجلات تجارية، ومن ثم فهي تعمل خارج الإطار القانوني والتجاري للدولة. إن وجود عملية تسجيل مخصصة لشركات من هذا القبيل سوف تُساهم في ضم مثل هذه الأعمال التجارية الى القطاع الرسمي للتجارة الإلكترونية كمشروعات صغيرة ومتوسطة الحجم، وتجعلها تسهم في الاقتصاد الوطني في نهاية المطاف.

ومن المهم أيضاً تمكين وتيسير تبني التجار المحليين لاستراتيجيات قنوات البيع المتعددة حتى يتسنى تنشيط العروض المحلية على الإنترنت وتعزيز تجربة المستهلك.

وفي المستقبل من الممكن أيضاً استغلال منصة التمكين لكي تدعم التجار وتساعدهم في تبني استراتيجيات قنوات البيع المتعددة التي تشمل التثقيف والتوريد. ويشمل هذا الأمر تعليمات تتعلق بكيفية الشراء والبيع، والأدوات والموارد التي تدعم تلك الأنشطة على الإنترنت.

إن ابتكار بيئة منفتحة لدعم دخول المستثمرين الأجانب سيعزز المنافسة ونقل المعرفة في السوق مما يؤدي إلى التحسن الكلي للتجارة الإلكترونية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن دفع الحكومة الإلكترونية إلى الكف عن استخدام طرق الدفع التقليدية وفرض السداد عبر الدفع الإلكتروني سيعزز من فرص استخدام التجارة الإلكترونية.

من ثم فإن الإجراءات المطلوبة للنجاح في تمكين التجار تشمل:

- تيسير ودعم عملية تسجيل الشركات الناشئة والأنشطة ذات الصلة
- تأسيس التوثيق الالكتروني للتجارة الإلكترونية لكي تبيّن ان تلك المواقع الإلكترونية اجتازت المعايير الأمنية والتي يتم تصنيفها من قبل طرف ثالث يمنح شهادات التوثيق
- مساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم في زيادة تواجدها على الإنترنت وفي تبني استراتيجيات التجارة الإلكترونية
- وضع آليات لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر
- فرض استخدام الدفع الإلكتروني عن طريق وقف السداد المادي بالنسبة لبعض خدمات الحكومة الإلكترونية

ستة

دعم البيئة المنظمة للتجارة الإلكترونية

الأهداف

» تشجيع الثقة في البيئة المنظمة للتجارة الالكترونية

» تقوية قدرات التجارة الإلكترونية المحلية

» تسهيل إنشاء منصة رقمية تتسم بالسلامة والأمن الالكتروني

ستعمل منصة (Q-Buy) كمنصة معلوماتية لوضع اطار التجارة الالكترونية عن طريق دعم التجار والمستهلكين والمساعدة في تطوير القدرات المحلية.

إن رفع وعي المستهلك وترويج الثقة في البيئة المنظمة للتجارة الالكترونية يشكلان العنصر الرئيسي في تبني التجارة الإلكترونية. وبناء على ذلك، فإن تطوير خطط التسويق والإعلام المتعلقة بتبني التجارة الإلكترونية يعد أمر أساسي في زيادة وعي المستهلك. بالإضافة إلى ذلك، فإن تنفيذ مشروعات علامات التوثيق وتزويد المستهلكين بمركز اتصال أو مكتب للمساعدة والدعم سيعزز من ثقة المستهلك في إجراء المعاملات والدفع إلكترونيا.

إن التثقيف والتعلم الإلكتروني هما أمران أساسيان بالنسبة لدعم التجار والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم على الإنترنت في زيادة الوعي بأعمالهم التجارية، والمساعدة في إعدادهم للدخول إلى سوق التجارة الإلكترونية.

تتمحور الجهود الإضافية لدعم التجار والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم حول تزويد التجار بالتمويل والتسهيلات، وتشمل توفير الحوافز المالية (مثل قسائم الشراء) للتجار، الاستثمار المشترك مع شركات الاستثمار الرأسمالي في الشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية وتوفير الخدمات والادوات لحاضنات الاعمال، أينما كان ذلك ملائماً.

أما عن مسائل الأمن على الإنترنت، والحصول على الشهادات الرقمية والامتثال للقانون فهي قضايا غاية في الأهمية لبناء نظام بيئي قوي للتجارة الإلكترونية. وتشمل الاستراتيجيات المقترحة ابتكار نظام وطني آمن للكشف عن الهوية، توفير خدمات الحصول على شهادات (Q-Buy) لترخيص علامات التوثيق الخاصة بالمنصة والتجار الشركاء والتقليل من مخاطر الهجوم على الأمن الإلكتروني عن طريق فحص ومراقبة الأمن الإلكتروني من قبل الفريق القطري للاستجابة السريعة لطوارئ الحاسب الآلي (كيوسرت).

من ثم فإن الإجراءات المطلوبة لدعم البيئة المنظمة بنجاح تشمل:

- تنفيذ خطط تسويقية وإعلامية لرفع الوعي بالتجارة الإلكترونية والثقة فيها
- تثقيف ودعم التجار على اختيار الإنترنت لاعمالهم التجارية
- وضع الأطر اللازمة لأمن التجارة الإلكترونية
- توفير الدعم من خلال حضانة الشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية الحوكمة والقياس

الحوكمة والقياس

إن استغلال الفرصة الحالية لنمو التجارة الإلكترونية يتطلب بناء بنية حوكمة خاصة لتمكين التنفيذ الصحيح والناجح لإطار وخطط العمل.

لقد تم تصميم هذه البنية الشاملة، والتي تمثل وزارة المواصلات والاتصالات العنصر القيادي فيها، للاشراف ولتسهيل عملية التنفيذ. وسوف تتولى الوزارة مسؤولية الإشراف على تنفيذ برنامج التجارة الإلكترونية من خلال مجموعة العمل الوطني برئاسة وزارة المواصلات والاتصالات، إضافة إلى وحدة إدارية للتجارة الإلكترونية تكرس جهودها كافة لتولى مسؤولية الإدارة اليومية للعمل بالتعاون مع كافة الاطراف المعنية بالدولة ورفع التقارير الدورية للجنة التوجيهية .

علاوة على ذلك، سوف يتم إنشاء لجنة استشارية تضم خبراء في التجارة الإلكترونية تقوم بتقديم النصح لمجموعة العمل، كما ستلعب اللجنة الاستشارية الدور الفني بالنسبة لوحدة التجارة الإلكترونية. و سوف تعمل أيضاً مع أصحاب المصلحة ذوي الصلة لوضع خطط التنفيذ والمؤشرات.

الخاتمة

لقد شهدت دولة قطر نمواً هائلاً في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على مدى العقد الماضي نسبة إلى عدد من المبادرات ذات الأهداف المحددة والجيدة التخطيط. وسيظل تحفيز تبني التجارة الإلكترونية أمراً محورياً وحاسماً لاستمرار تطوير قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر.

وعلى الرغم من الفرص العظيمة المتاحة أمام التجارة الإلكترونية نظراً للمؤشرات الاقتصادية والديموغرافية المواتية، فإن التجارة الإلكترونية في قطر لا تزال يافعة وفي مراحلها المبتدئة، ويعود ذلك إلى عدد من المعوقات التي تعرقل ايجاد بيئة داعمة للتجارة الإلكترونية. إن دور الحكومة في رعاية تطوير التجارة الإلكترونية هو دور ذو أهمية قصوى من عدة جوانب تشمل إيجاد إطار قانوني مناسب يحمي حقوق كل الأطراف المشاركة طوال الدورة الحياتية للمعاملات الإلكترونية، وتسهيل انتشار بدائل متعددة للدفع الإلكتروني، وتحسين الأداء الراهن لقطاع الخدمات اللوجستية ورفع الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية لكل من المستهلك وقطاع الأعمال.

وفي خطوة إلى الأمام، يجري الآن تشكيل مجموعة العمل الوطني و تأسيس وحدة التجارة الإلكترونية داخل وزارة المواصلات والاتصالات. وسوف تتعاون هذه الوحدة مع أصحاب المصلحة ذوي العلاقة لتحديد أفضل السبل لتنفيذ الإجراءات التي تم تحديدها في هذه الوثيقة، والتي سوف تفضي إلى تطوير نظام بيئي قوي للتجارة الإلكترونية في قطر.

إن وثيقة التجارة الالكترونية هذه هي أول مخطط وطني للتجارة الإلكترونية في قطر يظهر تكامل الجهود المنسقة لكل أصحاب المصلحة ذوي العلاقة بغرض الاستفادة من الإمكانات الهائلة التي قد تذخر بها التجارة الإلكترونية. وفي حال تأسيس منظومة متكاملة مبنية على الممارسات العالمية وآخر التطورات والتوجهات وتنفيذها بنجاح، يمكن مضاعفة حجم سوق التجارة الإلكترونية بحلول ٢٠٢٠، إضافة إلى العديد من النتائج الإيجابية الواعدة فيما يتعلق بتعزيز التنمية الاجتماعية، الاقتصادية، البشرية والبيئية، مما يساعد قطر في تحقيق طموحاتها المنشودة في الرؤية الوطنية ٢٠٣٠.

الملحق: تعريفات

التجارة الالكترونية بين قطاع الاعمال والاعمال (B2B)	تشمل مجموعة ضخمة من التعاملات عبر الإنترنت والمدفوعات فيما بين الكيانات التجارية
التجارة الالكترونية بين قطاع الاعمال والمستهلك (B2C)	تشمل مجموعة ضخمة من المعاملات الشرائية عبر الإنترنت والمدفوعات التي يقوم بها الأفراد
CAGR	معدل النمو السنوي المركب
التجارة الإلكترونية E-Commerce	مجمل المعاملات الالكترونية والمدفوعات التي تتم عبر الإنترنت
FDI	الاستثمار الأجنبي المباشر: حصة الكيان الأجنبي في اي شركة قطرية
GCC	دول مجلس التعاون الخليجي: الاتحاد السياسي والخليجي لدول: قطر، البحرين، الكويت، عمان، الامارات، والسعودية
ICT	قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
KYC	اعرف عميلك: يشير إلى عملية والأنظمة التي تحكم التحقق من هوية العميل
MENA	منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بما في ذلك دول مجلس التعاون الخليجي
الخطة الوطنية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ٢٠١٥:	خطة الحكومة لاستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطر حتى عام ٢٠١٥، لتعزيز تنمية البلاد نحو التحول إلى الاقتصاد القائم على المعرفة
رؤية قطر الوطنية ٢٠٣٠:	رؤية وأهداف على المدى الطويل لدولة قطر ترتكز على أربع ركائز رئيسية للتنمية (البشرية والاقتصادية والاجتماعية، والبيئية) مركز حاضنة الأعمال الرقمية في وزارة المواصلات والاتصالات
Q-Buy	منصة التجارة الإلكترونية في قطر والتي ستوفر مجموعة من الأدوات المساعدة لدعم التجارة الإلكترونية
Q-CERT كيوسرت	الفريق القطري للاستجابة لطوارئ الحاسب
Q-Pay	بوابة للدفع باستخدام البطاقات البنكية مسبقة الدفع و الصادرة في قطر والتي يملكها مصرف قطر المركزي. ويجب عدم خلطها ب QPAY العالمية وهي شركة خاصة في قطر تنافس في سوق الدفع الإلكتروني كمعالج للمؤسسات المالية ومزود لخدمات التحصيل للتجار
الشركة القطرية للخدمات البريدية Q-Post	المشغل الوطني لخدمات البريد في قطر
المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم SME	هي الشركات التي يبلغ عدد موظفيها ٢٥٠ موظف (باستثناء الصناعات الإبداعية، بحد أقصى ١٠٠ موظف)، ودخلها السنوي من الإيرادات/دخل بعد خصم الضرائب لا يتجاوز ١٠٠ مليون ريال قطري
العمالة المؤقتة	العمال الأجانب ذوي المهارات المتدنية أو الذين لا يملكون مهارات تكنولوجية والذين يعيشون في تجمعات سكنية عمالية