



تقرير حول التجارة الإلكترونية بدولة قطر " الواقع التحديات والحلول "

اعداد ادارة البحوث والدراسات

اغسطس 2021

مقدمة:

عناصر الموضوع :

- نشأة التجارة الالكترونية والمفاهيم المتعلقة بها
- مزايا ومميزات التجارة الالكترونية
- البنية التحتية للتجارة الالكترونية في دولة قطر
- كيف تسهم التجارة الالكترونية في تحقيق رؤية قطر الوطنية 2030
- الانفاق والنمو الحالي لقطاع التجارة الالكترونية في قطر
- التشريعات والقوانين والتسهيلات التي تقدمها الدولة لتسهيل ودعم التجارة الإلكترونية
- مبادرات الدولة لتشجيع وتحفيز النشاط .
- التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية
- التوصيات

مقدمة:

أصبحت التجارة الالكترونية اليوم ضرورية للقيام بالاعمال التجارية بشكل أكبر مما كانت عليه من ذي قبل بسبب زيادة وعي المستهلك في ظل زيادة معدل انتشار استخدام خدمات شبكات الانترنت ذات النطاق العريض عالية السرعة (البرودباند)، وكذلك توافر البنية التحتية المتطورة للانترنت وأجهزة الهاتف الجوال الذكية الأمر يسهم في ان يكون لها تأثير كبير على كيفية القيام بالاعمال التجارية بين قطاع الاعمال والمستهلك (B2C) و بين قطاع الاعمال والاعمال (B2B). والتجارة الالكترونية تشمل مجموعة ضخمة من المعاملات الشرائية عبر الانترنت والمدفوعات التي يقوم بها الافراد.

وقد أحدث قيام التجارة الالكترونية تغيير للاسواق في كل أنحاء العالم وحققت العديد من الاعمال التجارية في العالم الكثير من النجاحات مثل شركة أمازون، وهي واحدة من أكبر الشركات التي تملك أعلى نقاط بيع، كذلك شركة أوبر Uber ومثال آخر شركة نتفلكس Netflix وهي أكبر مزود للخدمات التلفزيونية المدفوعة الاجر و تملك وحدة استقبال رقمي STB أو بنية تحتية للارسال التلفزيوني، وكذلك شركة علي بابا Alibaba وهي واحدة من أكبر تجار التجزئة قيمة في العالم وتملك أكبر مخازن للسلع .

قطر لم تكن بعيدة عن هذا التطور حيث رسمت وثيقة التجارة الالكترونية ، والتي تعتبر الأولى من نوعها في دولة قطر، رسمت الخطوط العريضة للواقع الحالي للتجارة الالكترونية في دولة قطر و قد جاءت الوثيقة نتيجة جهود كبيرة لتحديد تفاصيل التحديات والمعوقات التي تجابه النجاح، ووفرت إطاراً لتحديد الطريق للمضي قدماً للتعاون الشامل وهي وثيقة شارك فيها أصحاب المصلحة المحليين، والاقليميين والدوليين عبر سلسلة قيمة التجارة الإلكترونية ، ابتداءً من مرحلة تصنيع المنتج إلى مرحلة استلامه من قبل المستهلك- ويعتمد النجاح في تنفيذها على التعاون والتنسيق الوثيق بين كافة الاطراف المعنية .الأمر الذي أسهم في نجاح بيئة الاعمال التجارية في قطر، على الرغم من انه لم يتم حتى الان تبني التجارة الالكترونية بشكل كامل. الا أن تبني التجارة لالكترونية يمكن أن يسهم بقدر كبير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والتي تمثل الركيزة الكبرى لرؤية قطر الوطنية 2030 حيث أنها ستوفر للاعمال التجارية مدخلا أفضل إلى المستهلك، وتحسن من كفاءة الاعمال وتؤثر تأثير مباشر على الركائز الثلاث الأخرى لرؤية قطر 2030 وفرص التجارة والاستثمار، وتشجع الابداع والتنوع والتنافسية.ومن شأن تبني التجارة الالكترونية أن يعود بالفائدة على الاعمال التجارية الصغيرة بالاضافة إلى أن المستهلكين سيكونون قادرين على اتخاذ قرارات شرائية أكثر استنارة ، ومن ثم إجراء المعاملات التجارية بكل سهولة، وإضافة إلى ذلك فإن التجارة الالكترونية من الممكن أن تزيل الصعوبات المتعلقة بالمناجر التقليدية حيث ستسمح التجارة الالكترونية للمستهلك بإجراء المعاملات التجارية على مدار الساعة ومن أي مكان.

ومن منظور العمليات التجارية فإن التجارة الالكترونية تسمح بمزيد من الكفاءة ورفع الانتاجية كما أن انتشار التجارة الالكترونية بين قطاع الاعمال يخفض من تكاليف المعاملات التجارية و يحسن من إدارة عمليات التوريد

والذي يمكن بدوره أن يسهم في الحد من ارتفاع الاسعار، إضافة إلى ذلك فإن التجارة الالكترونية تتيح لمزودي العمليات اللوجستية التوسع في خدماتهم بدلا عن أدوارهم التقليدية وذلك عبر سلسلة القيمة الخاصة للتجارة الالكترونية.

نشأة التجارة الإلكترونية والمفاهيم المتعلقة بها :

التجارة الإلكترونية أو ما يعرف ب E-commerce هي مصطلح جديد في عالم الاقتصاد ظهر مع انتشار مظاهر الانترنت في بدايات التسعينيات من القرن العشرين، إلا أن بعض الباحثين يشيرون إلى وجودها منذ سبعينيات نفس القرن من خلال أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونية بين الشركات الصناعية.

المقصود بالتجارة الالكترونية؟

تعبير التجارة الالكترونية من التعابير المعاصرة الحديثة التي اصبحت تستخدم في العديد من الانشطة الحياتية التي لها ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي تعبير يمكن تقسيمه إلى جزئين الأول منه يشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات، بين الحكومات، الافراد والمؤسسات وتحكمه نظم وقواعد، وهو معترف به دوليا، أما الجزء الثاني فهو يشير إلى وصف لمجال اداء مهنة التجارة ويقصد به ذلك الأداء والنشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية وفي مقدمتها الانترنت.

أما تعريف التجارة الالكترونية فإنه لا يوجد تعريف يمكن القول عنه أنه متفق عليه ووردت عدة تعريفات في دراسات وادبيات موضوع التجارة الإلكترونية منها:

- التجارة الالكترونية هي نشاط تجاري يتم عبر الانترنت أي أنها تقوم على استخدام الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات، فهي اذن نشاط يتم عن طريق الانترنت (Internet) والهاتف النقال (Mobile) وكذلك التلفزيون الالكتروني (Electronic Televisión) وغير ذلك من وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة الأخرى¹.
- وهي ايضا عبارة عن نهج مستحدث في إدارة الاعمال (Business Administration) يكون خاصاً بالسلع والخدمات ويتضمن نشاط التجارة الالكترونية استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الافراد والمنظمات.

¹ عامر ابراهيم قنديلجي - التجارة الالكترونية وتطبيقاتها - دار المسيرة للنشر والتوزيع - الاردن الطبعة الثانية 2016 ص 29-34

فيما يلي بعض المفاهيم الأساسية والمصطلحات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

- (B2B) قطاع الأعمال (Business-to-Business) شركة إلى شركة وتعني بيع المنتجات أو الخدمات للشركات الأخرى.
- (B2C) شركة إلى المستهلك: بيع المنتجات أو الخدمات للمستهلك النهائي .
- البرنامج/الحل التسويقي للتجارة الإلكترونية: نظام يدير الموقع الإلكتروني و يتضمن كتالوج تتواجد فيه المنتجات والضريبة على المبيعات والشحن والتسعير والمبيعات وعمليات الدفع وتجهيز النظام وعناصر التسويق.
- حساب التاجر: خدمة حساب مصرفي على الانترنت تمكن من معاملات بطاقات الائتمان على الانترنت .
- بوابة الدفع: خدمة إلكترونية تربط حساب التاجر الخاص مع موقع تجارته الإلكترونية، وهي بوابة تقبل معلومات الطلب، وتتصل بحساب التاجر الخاص بك لتصريح و تحويل الاموال.
- سلة التسوق: على مواقع التجارة الإلكترونية تحتفظ بقائمة المنتجات التي اختارها العملاء بقصد شرائها. يمكن أن تكون عربة التسوق مستقلة باستخدام (HTML) هي لغة توصيفية لإنشاء صفحات الويب التفاعلية وتطبيقات الويب وغيره من أشكال عرض المنتج وهي اختصار ل Hypertext Markup Language
- نوع العملية: تحديد طبيعة المعاملة، وتحديد كيفية إنجازها. أنواع المعاملات الأكثر شيوعاً هي التفويض والتفويض المسبق و التفويض المسدد والائتمان وإلغاء المعاملات.

مزايا التسوق عبر الانترنت² :

- السهولة والراحة: حيث يمكن للمتسوقين الإلكترونيين الذين لديهم اتصال بالانترنت الوصول إلى المواقع الإلكترونية في أي وقت ومن أي مكان في العالم مما يوفر عليهم الوقت والجهد .
- سهولة حجز تذاكر شركات الطيران عبر الانترنت بشكل آمن وسريع.
- يوفر التسوق الإلكتروني مجموعة هائلة من السلع والخدمات عبر الانترنت للمتسوقين الإلكترونيين ، كما يمكنهم أيضاً من الاختيار من بين مجموعة واسعة من المتاجر الإلكترونية مما يضمن حصولهم على أفضل سلعة مقابل ما يتم دفعه.
- الاسعار المناسبة تعد من مزايا التسوق الإلكتروني، حيث غالباً ما تكون المنتجات في المتاجر الإلكترونية رخيصة مقارنة بالتسوق عبر المتاجر التقليدية المعروفة كما يستطيع المتسوقين الإلكترونيين الاطلاع على المنتجات الجديدة وقسائم الخصم وحزم المنتجات والعروض المجانية.

² المبادئ التوجيهية للتجارة الإلكترونية-المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات

- إنشاء الفرص لبناء علاقات جديدة مع العملاء و غيرهم من مستخدمي الانترنت .
- تخفيض التكاليف من خلال تخفيض تكاليف إنشاء المشروع وتشغيله و تخفيض تكاليف البيع والتسويق فهي تجارة متوفرة على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الاسبوع في جميع أنحاء العالم .
- زيادة عدد العملاء ، وتوفير تحديثات منتظمة خاصة للمنتجات والخدمات.
- توظيف أفكار تسويقية إبداعية و مبتكرة لاكتساب أكبر عدد من العملاء الذين لديهم احتياجات واهتمامات محددة.
- إمكانية إدارة أكثر من عمل تجاري إلكتروني في نفس الوقت على عكس العمليات التجارية التقليدية .
- اختصرت بعض التطبيقات المسافة لتلغي الحواجز بين المصنع والمستهلك النهائي وتكون المعاملة الإلكترونية والتوصيل وسيطا واحدا بين المصنع والمستهلك.

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية بدولة قطر :

تتمتع قطر بيئة ملائمة لتبني التجارة الإلكترونية، وتتوفر فيها بنية تحتية متطورة للإنترنت فهي تحتل المرتبة الأولى بين أعلى الدول في العالم من حيث نشر شبكات الألياف الثابتة وتحتل مكانة رائدة في تنفيذ شبكات المحمول والجيل الخامس، كما تحتل المرتبة الثانية عالميا من أصل 175 دولة في اختبار سرعة الإنترنت عبر شبكات الهاتف الجوال³ ويحظى مواطنوها وسكانها بمستويات عالية من الدخل . هذا التصدر نتج عنه ارتفاع معدل انفاق الفرد على المنتجات الفاخرة، خاصة في عمليات الشراء الإلكتروني، كما ساعد توفر حسابات إلكترونية للمواطنين فوق عمر 15 عاماً وانتشار الحسابات المصرفية، والموثوقية البريدية، وتزايد استخدام التطبيقات الإلكترونية على مستوى الوزارات والمؤسسات الحكومية في إطار تطوير الحكومة الإلكترونية والتشريعات المتطورة في هذا المجال والتي تعزز الثقة والموثوقية في الخدمات الإلكترونية كل هذه العوامل ساعدت على الانتشار الكبير في استخدام وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ،حيث بلغ متوسط المعاملة الشرائية الواحدة التي ينفذها المواطن القطري 260 دولار، وقد احتلت دولة قطر المرتبة الأولى خليجياً، والخامسة عالمياً في مؤشر سرعة تدفق الإنترنت المحمول بمعدل بلغ 59.90 ميجابت وحصلت أيضا على المرتبة الأولى خليجياً وال39 عالمياً على مستوى انترنت النطاق العريض الثابت بحسب موقع "سبيد تيست" الأمريكي .

كيف تسهم التجارة الالكترونية في تحقيق رؤية قطر الوطنية 2030⁴:

ستسهم التجارة الالكترونية في دولة قطر في تحقيق رؤية قطر الوطنية عبر ركائزها الاربعة على النحو الآتي

التنمية الاقتصادية :

- تسهم التجارة الالكترونية في تطوير بيئة اقتصادية تنافسية ومتنوعة من خلال :
- تمكين نماذج العمالة الابداعية من خلال تنظيم القطاع والبنية التحتية للسوق.
- تشجيع زيادة عدد الشركات الناشئة والاستثمارات الاجنبية المباشرة .
- رعاية وتطوير القطاعات المستهدفة مثل الخدمات اللوجستية ، الخدمات المالية وغيرها.
- الحصول على مكاسب كبيرة من الانتاجية الاقتصادية من خلال استخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، والدفع الالكتروني.
- تشجيع نماذج الاعمال الرقمية الابداعية التي تحتاج لبنية تحتية مادية، والتي يمكنها أن تعتمد على خدمات الحوسبة السحابية، ومن ثم سيكون هنالك المزيد من توفير الطاقة والتكلفة

التنمية البشرية:

- تطوير رأس المال البشري وتحسين المهارات وتدريب المتعاملين في قطاع التجارة الالكترونية على سبيل المثال زيادة المهارات الرقمية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، زيادة مهارات الادارة مما يحتم ضرورة ادراجها ضمن المناهج التعليمية .
- تشجيع التدريب المستمر والتعاون بين شركات قطاع الاعمال وبالتالي تمكين الابداع .
- توفير فرصة للمستهلك لكي يحصل على افضل المنتجات حول العالم .
- ايجاد فرص لشمول العمال ذوي الاجور المتدنية والعمالة المؤقتة في التجارة الإلكترونية.

التنمية الاجتماعية :

- ستسهم التجارة الإلكترونية في إنشاء مجتمع عادل وقائم على المعرفة من خلال:
- الانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والتي ستشكل جوانب المجتمع الحديث.
- تحفيز السياسات التي تشجع على تطوير و توفير تكنولوجيا المعلومات والنفوذ إلى شبكات الاعمال التجارية المتقدمة.
- توفير الاطار القانوني الخاص بحماية المستهلك طوال مراحل المعاملات الالكترونية .
- تشجيع المشاركة الاجتماعية والخدمات المتنوعة مما يسهم في زيادة الاستفادة من الاصول والامكانيات الحالية .

⁴ الخارطة الوطنية للتجارة الإلكترونية - قطر 2017» - وزارة المواصلات والاتصالات.

التنمية البيئية:

ستسهم التجارة الإلكترونية في خلق بيئة أكثر أماناً من خلال :

- خفض الانبعاثات الكربونية واستهلاك الطاقة والاستفادة المثلى من خدمات التخزين والنقل. وتهدف برامج التجارة الإلكترونية في قطر إلى الاعتماد السريع من قبل الشركات والمستهلكين، فقد تمكنت قطر من أن تجعل التجارة الإلكترونية مساهماً رئيسياً في اقتصاد الدولة، وهو ما شجع ودعم الشركات الإلكترونية، بما في ذلك الشركات الناشئة والتجارة المنزلية والشركات الصغيرة والمتوسطة، كما تطمح إلى زيادة الوعي العام بفوائد التسوق عبر الإنترنت وتثقيف المتسوقين الإلكترونيين بالمخاطر والضمانات والحماية المتاحة بما فيها علامة الثقة القطرية.

وبفضل إمكانياتها الهائلة في مجال التجارة الإلكترونية، تحتل قطر مرتبة متقدمة ضمن أفضل 30 دولة في العالم، كما أنها توفر فرصاً هائلة للأعمال التجارية التي ترغب في الحصول على حصة في هذا السوق السريع النمو في الوقت الذي تتوسع فيه بوابات التجارة الإلكترونية بين الشركات التي تقدم السلع والخدمات عبر الإنترنت والمتسوقين الإلكترونيين، بالرغم من وجود حاجة أيضاً إلى وجود عدد كبير من موفري الخدمات الداعمة المحدد لتحقيق أهداف التجارة الإلكترونية في قطر، بما في ذلك أولئك الذين يقدمون خدمات التجارة الإلكترونية الشاملة وبوابات الدفع والدعم اللوجستي . ويستطيع التجار الإلكترونيين الحصول على التوصيات الخاصة بأفضل الممارسات في مجال التطوير والإدارة الرقمية لمواقع التجارة الإلكترونية في قطر من خلال اتباع إرشادات التجارة الإلكترونية المتاحة على موقع تنظيم الاتصالات حيث يعمل ذلك على ضمان تصميم جميع المنصات في الدولة وفقاً لمعايير صارمة مُحسّن من تجربة المستخدم وتلتزم بالشروط والأحكام، مما يؤدي إلى توفر إمكانية الحصول على مزيد من الدعم والتعلم الإلكتروني لتجار المنصات الإلكترونية في الدولة عبر برنامج التجارة الإلكترونية.

الانفاق والنمو الحالي لقطاع التجارة الإلكترونية في قطر:

في الوقت الحالي تأتي قطر في المرتبة السابعة للتجارة الإلكترونية بين قطاع الأعمال والمستهلك B2C من حيث حجم المعاملات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع وجود توقعات هائلة باستمرار هذا الارتفاع ، حيث بلغ حجم التسوق الإلكتروني ما يقدر بقيمة 25 تريليون دولار أمريكي من المبيعات على مستوى العالم في عام 2018 وهذا تزامناً مع وصول عدد المتسوقين الإلكترونيين إلى 1,66 مليار في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك ما يقارب 9 ٪ من سوق التجزئة الدولي، ومؤخراً تسبب تفشي وباء فيروس كورونا في جميع دول العالم بحدوث تأثير سلبي على قطاعات واسعة من الاقتصاد الدولي والمحلي بالعديد من الدول، إلا أنه في المقابل استطاعت بعض القطاعات أن تحقق صعوداً ونموً كبيراً مثل "التجارة الإلكترونية" وازدهرت التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم، وتمكنت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة وحتى الصغيرة من تحقيق ففرة نوعية من ناحية الانتشار والتسويق والضح في الأسواق في إطار الإغلاق الاقتصادي الذي حدث لمواجهة تفشي الفيروس.

دولة قطر لم تكن بعيدة عن الوباء فقد شهدت نمواً كبيراً في التجارة الإلكترونية فقد صعدت في عام 2019 لتحتل المرتبة 47 مقارنة بما كانت عليه في العام 2018 حيث كانت في المرتبة 59 لتنضم إلى قائمة الخمسين الكبار التي تضم 152 دولة، وهو ما يعني تفوق قطر على 105 دولة حسب مؤشر التجارة الإلكترونية لعام 2019 الصادر عن منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "أونكتاد"، وهو مؤشر يرصد مدى تقدم الدول وفقاً لـ 4 مؤشرات فرعية تشمل: مدى انتشار استخدام الإنترنت، ومدى توفر حسابات إلكترونية للمواطنين فوق عمر 15 عاماً وانتشار الحسابات المصرفية، والموثوقية البريدية.

وتشير توقعات جهاز التخطيط والإحصاء إلى نمو في تعاملات قطاع التجارة الإلكترونية بمعدل نمو سنوي مركب يصل إلى 17% حتى 2025، و تحتل دولة قطر حالياً مرتبة متقدمة ضمن أفضل 50 دولة في العالم بالتجارة الإلكترونية بحسب الأرقام الحكومية الرسمية.

وقد شهدت التجارة الإلكترونية نهضة قوية في قطر خلال عام 2020، عام وباء كورونا، الذي مرت فيه دولة قطر بإغلاق اقتصادي جزئي وشامل مشابه لغيرها من دول العالم. ووفقاً للدراسة التي أعدها صندوق النقد العربي تشير الإحصاءات إلى أن الجائحة قد صاحبها تزايد في استخدام الهواتف المحمولة بنسبة 50%، وزيادة استخدام البيانات عبر الإنترنت بنسبة 40% الأمر الذي أتاح للكثير من الشركات العاملة في قطر أن تثبت نفسها في ظل الأزمة ما زاد من حضورها ورفع من أسهمها في السوق المحلية النشطة، وتقدر نسبة انتشار التجارة الإلكترونية في قطر بنسبة 14%.

بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في قطر خلال عام 2020 ما قيمته 2.2⁵ مليار دولار موزعة بالتساوي تقريباً بين التعامل بين الشركات مع بعضها وبين الشركات والمستهلك، واستحوذت الشركات المحلية على نحو 38% من إجمالي قيمة تلك المعاملات بينما كان نصيب الشركات الأجنبية مانسبته 62% منها، وتعتبر قطر سابع أكبر سوق إلكتروني في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتتوقع وزارة المواصلات والاتصالات وصول حجم السوق إلى 12 مليار ريال بحلول عام 2022 ويتوقع أن تقفز قيمة معاملات التجارة الإلكترونية خلال الثلاث سنوات المقبلة إلى نحو 150%.

وتستحوذ معاملات هذا القطاع على أكثر من 2 تريليون دولار من إجمالي المعاملات التجارية حول العالم وتتصدر قطر دول الشرق الأوسط من حيث متوسط قيمة المعاملة الواحدة الذي يصل إلى 264 دولاراً للمعاملة الواحدة وقد شهدت شركات التجارة الإلكترونية زيادة في أعدادها خلال العام 2020 حيث كانت 350 شركة في نهاية يونيو ووصل عددها إلى 416 شركة في ديسمبر 2020، وهو ما يعني تأسيس 66 شركة تجارة إلكترونية جديدة في 6 أشهر.

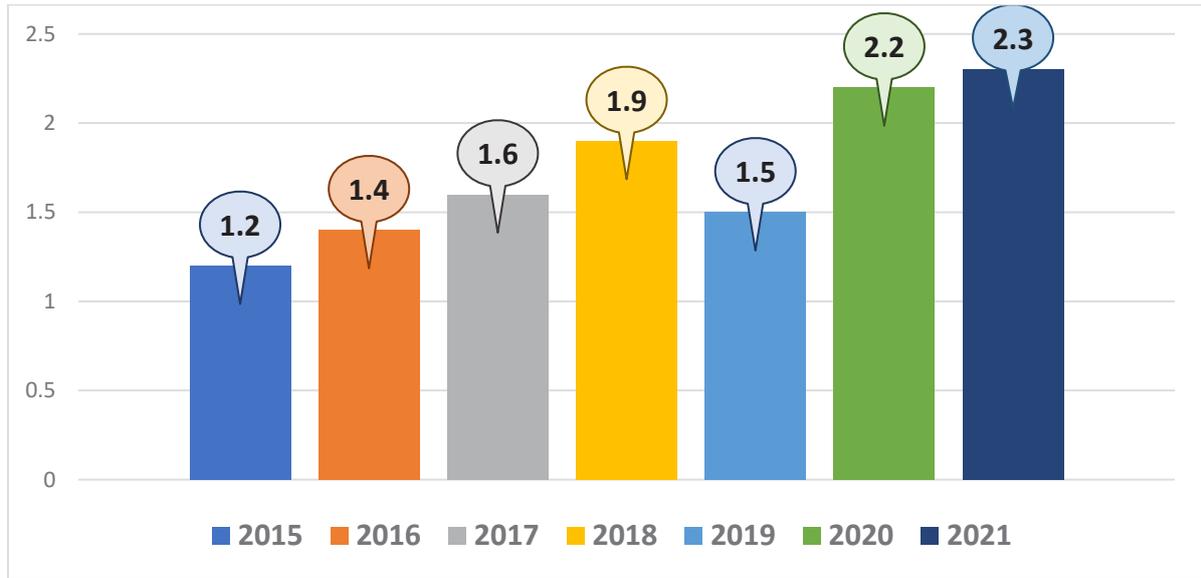
تتركز أهم الأنشطة في هذا القطاع في (تقديم خدمات متعلقة بالتجارة العامة، منتجات الطعام وتوصيل الطعام البقالة، الملابس، الهدايا، الإلكترونيات، وما يتصل بمعدات التجميل والموضة، الصحة بالإضافة إلى الألعاب التقنية

والرياضة، السفر ، الكتب الرقمية، حجز الفنادق، الأدوات المنزلية، قطع غيار السيارات) وبرزت نسب معاملات التجارة الإلكترونية في الخدمات كانت على النحو التالي 22% تذكر السفر، 18% الاجهزة الإلكترونية 15% الازياء والموضة

نمو التجارة الإلكترونية خلال السنوات 2015-2021⁶ القيمة مليار دولار

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^{7*}
البيان	1.2	1.4	1.6	1.9	1.5	2.2	2.3

القيمة مليار دولار



ووفقاً للجدول الموضح أعلاه فقد بلغ معدل نمو التجارة الإلكترونية في قطر في الفترة ما بين عامي 2015 و2020 ما نسبته 83.4% .

⁶ <https://fatora.io/blog/statistics-of-ecommerce-in-qatar/>

⁷ تقديرات أولية

التشريعات والقوانين والتسهيلات التي تقدمها الدولة لتسهيل ودعم التجارة الإلكترونية:

تولي دولة قطر وحكومتها أهمية كبيرة للتجارة الإلكترونية ودورها في دفع عجلة النمو الاقتصادي ، بجانب دورها المحوري في جذب رواد الأعمال والمستثمرين، فهي تقدم العديد من التسهيلات الخاصة والمميزة لتوفير مناخ وبيئة جاذبة لهذا النوع من المعاملات حيث اصدرت التشريعات المواكبة للتطور التقني لهذا النوع من التجارة والاطر التي تقنّن أحكام التصرفات القانونية المبرمة عبر تلك الوسائل، وتعزّز من أمن المعاملات الإلكترونية، وتعصّد الثقة في المعاملات التي تتمّ عبر شبكة الإنترنت على النحو التالي :

-اصدار قانون التجارة الالكترونية الصادر سنة 2010 ويمثل لاطار القانوني الذي يحكم جميع المعاملات الالكترونية الجارية في قطر. إثر صدور القانون تم إصدار اللوائح التنفيذية للتجارة الالكترونية في سنة 2011، يمنح القانون شرعية قانونية للمعاملات الالكترونية اذا توفرت متطلبات فنية معينة وهي :

أ. الوثائق الالكترونية مثل الفواتير وطلبات الشراء عبر الانترنت .

ب. المعاملات الالكترونية التي تلي المتطلبات التقنية المحددة في القانون ولوائحه التنفيذية.

ت. التوقيعات الرقمية التي تعتبر وسيلة مصادقة إلكترونية تؤكّد صحة بعض الرسائل أو الوثائق وتلعب التوقيعات الرقمية دورا رئيسيا في معاملات بطاقات الائتمان على الانترنت.

ث. البنية التحتية للمفتاح العام / تراست ماركس Marks Trust شرع المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مشروع توفير الاطار القانوني لمزودي التراخيص، الذي بدوره، يمرر البنية التحتية للمفتاح العام Marks Trust إلى المواقع لضمان أمن البيانات .

ج.تم اصدار القانون رقم (13) لسنة 2016 بشأن حماية خصوصية البيانات الشخصية ، لضمان عدم الاحتفاظ بالبيانات الشخصية للشركة وبيانات العميل السرية ، ويحدد القانون البيانات الشخصية و التدابير اللازمة لحمايتها أثناء المعالجات، ويفرض القانون عقوبات على كل من يحاول الكشف عن أي بيانات مالية أو غير مالية خاصة بعملائه دون موافقتهم.

- تم اصدار القانون رقم (14) لسنة 2014 بإصدار قانون مكافحة الجرائم الالكترونية وهو قانون تم إصداره لتعزيز قانون التجارة الالكترونية وينص القانون على البت في المخالفات والمخالفين، وأنواع جرائم الانترنت والاجراءات المتخذة .

- هناك العديد من الجهات في دولة قطر تتعامل مع مخالفة الانظمة والقواعد والخصوصية على الانترنت والفضاء الالكتروني .تقوم هذه الجهات بالتعاون مع بعضها لضمان وحفظ الفضاء الرقمي وخير مثال لذلك (فريق مواجهة الطوارئ الحاسوبية CERT-Q) لحماية وتحديد المخاطر المهددة للفضاء الرقمي وتقديم الحلول السريعة لها قبل ان تتفاقم وتشكل تهديدا للاشخاص او الشركات. ويقوم الفريق كذلك بردع وصد الهجمات الإلكترونية التي توجد

في اي من الاقسام المهمة قبل وحتى بعد حدوثها يكون الفريق جاهزا ومستعدا في كل الاوقات لاستقبال الشكاوي من اي شخص في حالة مواجهة اي مشاكل الالكترونية.

- يقوم مركز الجرائم الالكترونية بوزارة الداخلية بتطبيق وتنفيذ القوانين واللوائح التي تم تشريعها من قبل الدولة ضد كل من يخالف القوانين واللوائح باستخدام طرق الالكترونية معقدة لارتكاب جرائم. والمركز مزود باحدث وسائل التكنولوجيا لكشف الجرائم الالكترونية وحماية الدولة والمواطنين والمقيمين.

مبادرات الدولة لتشجيع وتخفيف النشاط :

من خلال "استراتيجية الحكومة الالكترونية لدولة قطر 2020 التي تركز على ثلاثة محاور تتمثل في الارتقاء بمستوى الخدمات الحكومية المقدمة للأفراد والشركات خدمات بلا مراجعين، ورفع كفاءة العمليات الإدارية الحكومية وزارات بلا أوراق، وزيادة مستوى الشفافية وانفتاح الحكومة على الجمهور.

و يمثل المحور الثالث جوهر التحول الرقمي للجهات الحكومية ويتضمن برامج رئيسية لدعم التحول الرقمي يتضمن برامج لدعم البنية التحتية الرقمية، والتطبيقات الحكومية ورقمنة المعلومات الشخصية غير الالكترونية ، في هذا الخصوص تقدم الدولة العديد من البرامج والمبادرات التي تفيد المستثمرين في التجارة الالكترونية بمختلف المجالات والقطاعات، وتدعم بشكل خاص أصحاب المشاريع التجارية المنزلية والشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة المتنامية، كما تسهم في إيجاد العديد من فرص العمل.

1. قامت دولة قطر بإنشاء برنامج خاص بالاهتمام بمجال التجارة الالكترونية تقوم فكرته على توفير بيئة مواتية لكل من المستخدمين والتجار لإجراء معاملاتهم الالكترونية بكل سهولة ويسر. في سبيل تحقيق هذا الهدف قامت حكومة قطر ممثلة في في وزارة المواصلات والاتصالات بتصميم منصة إلكترونية تسمى بوابة التجارة الالكترونية القطرية وتشمل قائمة مزودي خدمات المواقع الالكترونية وبوابات الدفع ومقدمي الخدمات اللوجستية، وبرامج وفرص ومبادرات الدعم والإرشاد والتمويل للشركات بالإضافة إلى أفضل ممارسات ونصائح التسوق الالكتروني و المعلومات التي يحتاجها المتسوقين لإجراء معاملاتهم الالكترونية التي تضمن للمستهلك تسوق آمن وموثوق عبر الإنترنت، وكذلك المعلومات التي يحتاجها رائد الأعمال لإنشاء متجر إلكتروني ، وبالإضافة إلى دليل شامل للمعلومات التي يجب أن تتوافر في أي مشروع تجاري إلكتروني وتقديم النصح والارشاد عن أساليب الأمان والحماية التي يجب أن يراعيها التاجر والعميل كما يوجد بها قسم خاص لدعم المستهلكين وآخر لدعم رجال الأعمال.

2. انشأت وزارة المواصلات والاتصالات منصات للدفع الالكتروني للشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث تتوافر منصتان للدفع الالكتروني هما: QPay international و Payments Me.

3. صممت الدولة ممثلة في وزارة المواصلات والاتصالات برنامج التحول الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة بالتعاون والتنسيق مع وزارة التجارة والصناعة لدعم ذلك التحول الذي يركز على ثلاثة مجالات محددة، وهي الخدمات السحابية، والتجارة الالكترونية، والتواجد الالكتروني.

4. يقدم مركز الخدمات الاستشارية "بداية" التابع لوزارة المواصلات والاتصالات القطرية حزمة من البرامج والخدمات الداعمة لتمكين الشباب القطري في إطلاق مشاريعهم التجارية الخاصة أو البدء بمهنة تعود عليهم بعائد مادي.

5. وكذلك قام وادي تسمو الرقمي بإنشاء دليل قطر للشركات الرقمية يتضمن مجموعة من الحلول المتميزة التي تترجم رؤية وأهداف المشروع لتطبيقات رقمية تلبي حاجات وتحديات سكان وزوار قطر. كجزء من جهود وزارة المواصلات والاتصالات لتعزيز بصمة القطاع الخاص في السوق القطري من خلال ضمان التنافسية إقليمياً ودولياً بالإضافة إلى تمكين القطاعين العام والخاص من الوصول إلى أفضل مزودي خدمات والمنتجات الرقمية. كذلك يقدم الدليل قاعدة بيانات للشركات الرقمية في دولة قطر والتي من شأنها أن تساعد القطاع الحكومي وقطاع الأعمال في إيجاد الشركات الرقمية التي تلبي احتياجاتهم، كما أنه يعطي فهماً أدق لخارطة قطر الرقمية.

6. بالنسبة لسوق العمل، تم إطلاق برنامج تنمية المهارات الرقمية لبرنامج «تسمو قطر الذكية» في مطلع العام 2020، وأحد أهداف ومخرجات البرنامج هو تقديم إطار عملي لتقييم أثر التحولات الرقمية على العمالة بشكل دوري من حيث التكلفة والوقت.

7. قامت الوزارة بتأسيس حاضنة الأعمال الرقمية، والتي تهدف إلى تعزيز ابتكار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدولة، وخاصة بين الشباب في المراحل الأولى من تأسيسهم مشاريع تجارية متعلقة بالتكنولوجيا أو تمهيتها وتبدي الحاضنة اهتماماً كبيراً برواد الأعمال القادرين على تسخير التقنيات الحديثة لتقديم منتجات أو حلول أو خدمات مبتكرة تساهم في الاقتصاد الرقمي للبلاد.

8. منح تراخيص مزاوله العمل من المنزل حيث قدمت حكومة قطر فرصة كبيرة لرواد الأعمال وأصحاب المشاريع المتوسطة والصغيرة، عندما قدمت لهم خدمة الحصول على تراخيص مزاوله الأعمال التجارية من المنزل. هذه الرخصة ساعدت الكثير من الأشخاص في إطلاق مشاريعهم الإلكترونية من المنزل، بجانب الحصول على مميزات ودعم الحكومة القطرية. لم تكتف الدولة بمنح رواد الأعمال رخصة مزاوله الأعمال التجارية من المنزل فقط، بل قامت أيضاً بتخصيص معرض كبير يقام سنوياً، يعرض فيه رواد الأعمال منتجات مشاريعهم الخاصة، ويحظون بفرصة الترويج لتجارقتهم أمام حشد كبير من المستهلكين، بالإضافة إلى القدرة على جذب الرعاة بسبب كثرة رجال الأعمال المدعويين. هذا وتمنح دولة قطر ممثلة في وزارة التجارة والصناعة تراخيص مزاوله العمل من المنزل للأعمال التالية :- التصوير الخياطة والتطريز، الخدمات الإلكترونية بمختلف مشتقاتها ماعدا التصميم الهندسة التي تدخل في نطاق اختصاص المكتب الهندسي، الأعمال الخدمية كأعمال تغليف الكتب والنسخ، الطبخ إعداد الوجبات الأطفمة المختلفة، تنسيق الزهور، تغليف الهدايا، تصميم البطاقات الأعمال اليدوية، تصميم التحف والمقتنيات كل هذه الأعمال يمكنك بسهولة إنشاء موقع إلكتروني لها وتقديمها لجمهور بسعر مناسب مع دعم الدولة لمزاوله هذه الانشطة .

9. ايضاً مبادرة علامة الثقة⁸ في قطر وهي شعار معروف على منصة التجارة الإلكترونية، وتعد شارة ضمان لمصادقية التاجر عبر الإنترنت، وهدفها في المقام الأول هو حماية المستهلكين الإلكترونيين، كما أن علامة الثقة التجارية تؤكد أن الموقع الإلكتروني أصلي و أن التاجر الإلكتروني تمت الموافقة عليه من قبل السلطات المختصة بعد عملية تقييم صارمة، وبالتأهل إلى علامة الثقة يمكنك بمعاييرها اكتساب مصداقية أكبر عند المتسوقين الإلكترونيين مما يؤدي إلى زيادة في عدد الزيارات وتحسين المبيعات ، وعلامة الثقة برنامج حكومي غير ربحي أو إلزامي يحفز قطاع التجارة الإلكترونية في قطر، وتنمية المبيعات المحلية في تجارة التجزئة عبر الإنترنت، بتشجيع جمهور المستهلكين من المواطنين والمقيمين على الثقة في نظام التجارة الإلكترونية في الدولة، وحثهم على استخدام مواقع ومنصات محلية للتسوق عبر الإنترنت بشكل آمن وفعال، إلى جانب تزويد التجار بالأدوات والقدرات والمهارات اللازمة لتحقيق النجاح سريعاً.

ويتطلب الحصول على علامة الثقة، قيام الشركات أو المواقع المحلية العاملة في القطاع بتطبيق مجموعة من المعايير والمتطلبات حيث يتم من خلال بوابة "ثقة" الإلكترونية (<http://www.Theqa.qa>) إجراء تقييم للشركة لمساعدتها على تحديث موقعها وتطوير خدماتها واستيفاء تلك المعايير، قبل أن يتم منحها شهادة اعتماد تجدد سنوياً ووضع علامة الثقة على الموقع الخاص بها، وتعمل بوابة "ثقة"، على ضمان قيام المواقع المحلية بإتاحة بيانات ومعلومات واضحة للعملاء تتضمن حقوق المستهلك، وسياسة الخصوصية، وأحكام وشروط الخدمة وغيرها بهدف زيادة مبيعات المواقع المحلية، من خلال مرحلة أولى تستهدف تشجيع جمهور المواطنين والمقيمين على الاعتماد عليها بدلا من المواقع الخارجية، ومرحلة ثانية تركز على استقطاب عملاء جدد من خارج الدولة عبر عقد المزيد من الشراكات مع مشروعات علامات الثقة بمختلف أنحاء العالم.

وفقاً لبيانات بوابة "ثقة" يتواجد 95 متجراً معتمداً عبر بوابة ثقة، ضمن قطاعات متنوعة ما بين المواد الغذائية والأزياء والاكسسوارات والالكترونيات والمطاعم والسفر وغيرها.

10 . اقامة ورش عمل تثقيفية وتوعوية بهدف تبني التجارة الالكترونية.

التحديات التي تواجه نشاط التجارة الإلكترونية في دولة قطر⁹:

1. ضعف التنسيق بين الجهات ذات الصلة لوضع نظام وسياسة واضحة بالنسبة للتجارة الإلكترونية لتسهيل التسجيل وإنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة للمستثمرين المحليين والدوليين.
2. صعوبة تحول مستخدمي الانترنت للتجارة الالكترونية نتيجة لتدني وعي المستهلكين بالخيارات المتاحة في التجارة الالكترونية .
3. الانتشار الضعيف للتجارة الالكترونية وسط أعداد كبيرة من العمالة من ذوي الاجور المتدنية المؤقتون مما يعيق جهود الترويج للتجارة الالكترونية في هذه الاوساط .

⁸الموقع الالكتروني لبوابة التجارة الالكترونية القطرية على <https://ecommerce.gov.qa/>

⁹ الخارطة الوطنية للتجارة الالكترونية – وزارة المواصلات والاتصالات -اصدار 2017

4. تعقيد قواعد ونظم الدفع الالكتروني وعملية التحصيل ذات التكلفة المرتفعة يشكل عقبة أم الشركات الصغيرة والمتوسطة ،حيث تتم معظم عمليات الدفع في قطر بطريقة الدفع نقداً عند الاستلام و هي الاكثر شيوعا وقبولا بين المتسوقين وتمثل مانسبته 75% من اجمالي مدفوعات التجارة الالكترونية حسب الاحصاءات الرسمية بالاضافة إلى عدد محدود من وسائل الدفع الالكتروني مثل البطاقات الائتمانية وتمثل مانسبته 19% و ثم pay pal بنسبة 6% وغيرها.

5. التواجد المحدود للتجار المحليين على الانترنت وقلة العروض المتاحة في التجارة الالكترونية، وكذلك الوعي المحدود والمهارات التكنولوجية المحدودة الغير كافية لتمكين التجارة الالكترونية.

6. عدم الثقة في المتاجر المحلية الالكترونية والنظر للمتاجر الدولية على أنها أكثر أماناً من حيث الدفع وأمن البيانات،بالاضافة إلى الوفرة والتنوع في المنتجات .

7. عدم وجود استراتيجيات لتعدد قنوات البيع.

8. محدودية مصادر تمويل انشاء الشركات الجديدة بالاضافة إلى الاجراءات المعقدة والمكلفة للتسجيل التجاري.

9. المتطلبات التنظيمية الصارمة و عدم وجود البيئة التنافسية التي تشجع على الاستثمارات مما يؤدي إلى تقليل فرص جذب الشركات الكبرى في التجارة الالكترونية الى السوق القطري.

10. شح المعلومات والبيانات في هذا المجال.

11. التخوف من مشاكل الأمن السيبراني وحماية البيانات.

12. انخفاض عام في الوعي بالتجارة الالكترونية من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم والشركات الناشئة المحلية.

13. الشح في الادوات والحلول المشتركة لتيسير عملية بدء التجارة الالكترونية و المخاوف التي تحيط بالثقة والامن في المعاملات الالكترونية، يتطلب توفير المزيد من آليات الثقة بجانب وجود قنوات لدعم المستهلكين.

14. عدم الالمام والمعرفة الكافية بقانون المعاملات والتجارة الالكترونية الصادر عام 2010 وعدم الوضوح فيما يتعلق بدور ومسؤوليات الاطراف المعنية.

ولاجل إيجاد حلول لمعالجة تحديات وصعوبات التجارة الالكترونية فإن التقرير خلص إلى التوصيات التالية:

1. تطوير السياسات واللوائح والنظم والقوانين التي تدعم ممارسة التجارة الإلكترونية في الدولة، وتحديد المسؤوليات والعمليات الجوهرية لتطوير برنامج التجارة الإلكترونية
2. تفعيل وتشجيع الدفع الإلكتروني من خلال تيسير قدرة التجار على التحصيل وتفعيل البطاقات البنكية مسبقة الدفع وتكنولوجيا المحفظة الرقمية وتقييم الفرص لتوفير إجراءات مبسطة لاعتماد مؤسسات الدفع والمؤسسات المالية الإلكترونية وتسهيل إصدار أدوات الدفع الإلكتروني مثل بطاقات الدفع المسبق والمحفظة الرقمية و دراسة وضع "قانون الدفع الإلكتروني" والذي يمكن أن يسهم في تنظيم سوق التجارة الإلكترونية، كما أنه سيسمح في الوقت نفسه لمزودي خدمات الدفع بالحصول على التراخيص المطلوبة لمباشرة اعمالهم.
3. تحسين الخدمات اللوجستية وفتح باب المنافسة في السوق المحلي لتعزيز الاداء الكلي في عمليات التوصيل وخفض التكاليف وضمان تركيز الشركة القطرية للخدمات البريدية على التجارة لالكترونية وتمكين التجار المحليين بإتاحة حلول الخدمات اللوجستية الالكترونية ،والاستفادة من الاستثمارات في المناطق اللوجستية الاقتصادية لتعزيز سوق إعادة التصدير بغرض توسيع حجم معاملات قطر اداءً وتوسعا .
4. تحفيز المستهلك لممارسة واستخدام التجارة الالكترونية بزيادة وعيه وتثقيفه ، وذلك بتأسيس مواقع إلكترونية مؤسسية للتجارة الالكترونية لتثقيف المستهلك بالقوانين، والفوائد والمعلومات، ودعم حضور التجار والمشروعات الصغيرة والمتوسطة على الانترنت وتأسيس علامات التوثيق الإلكتروني لتأهيل الشركاء المعتمدين.
5. تعزيز ثقة المستهلك بما يسهم في زيادة انتشار التجارة الالكترونية وجعلها الخيار المفضل لدى التاجر والمستهلك.
6. تطوير بوابة متجر النافذة الواحدة للعمال بطريقة بسيطة لمساعدتهم على استخدام البوابة والاستفادة من الخدمات الالكترونية عبر الانترنت حسب الطلب.
7. تمكين التجار بتيسير ودعم عملية تسجيل الشركات الناشئة والنشطة ذات الصلة لمساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم في زيادة تواجدتها على الانترنت ، و تبني استراتيجيات التجارة الالكترونية ووضع آليات لجذب الاستثمار الاجنبي المباشر .
8. دعم البيئة المنظمة للتجارة الالكترونية بتنفيذ خطط تسويقية اعلامية لرفع الوعي بالتجارة الالكترونية ووتعزيز الثقة فيها و تثقيف ودعم التجار لاختيار الانترنت لممارسة اعمالهم التجارية .
9. وضع الأطر اللازمة لأمن التجارة الالكترونية وتوفير الدعم من خلال حضانة الشركات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية .