

## نقش دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در توسعه تجارت الکترونیک با کشورهای عربی (مطالعه موردی کشور عراق)

حبیب کشاورز\*

استادیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه سمنان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۰۶

### چکیده

امروزه همراه با توسعه اینترنت، تجارت الکترونیک نیز به یک ضرورت و پدیده بین‌المللی تبدیل شده که با استفاده از ظرفیت‌های آن می‌توان با معرفی محصولات و خدمات خود به جهان، سهم زیادی در توسعه صادرات غیرنفتی و در کنار آن ایجاد اشتغال برای جوانان این مرزوبوم داشت. با توجه به موقعیت ایران، کشورهای عربی از جمله عراق می‌توانند یکی از مهم‌ترین مقاصد صادرات کالاها و خدمات ایرانی باشند. دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی نیز از آنجاکه به یک زبان بین‌المللی تسلط دارند می‌توانند از ظرفیت‌های این بخش برای اشتغال و انجام کارهای اقتصادی استفاده کنند و علاوه بر آن به توسعه صادرات غیرنفتی به کشورهای عربی کمک کنند. در بین کشورهای عربی؛ عراق یکی از بزرگ‌ترین شرکای تجاری ایران محسوب می‌شود و به دلیل وجود فرهنگ و دین مشترک این کشور ظرفیت‌های بالایی برای توسعه تجارت الکترونیک دارد. حجم مبادلات تجاری بین ایران و عراق هم‌اکنون نزدیک به شش میلیارد دلار در سال است که در صورت ورود دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی به عرصه تجارت الکترونیک می‌توان مبادلات تجاری بین دو کشور را به مقدار قابل توجهی افزایش داد.

**کلیدواژه‌ها:** تجارت الکترونیک؛ کشورهای عربی؛ عراق؛ رشته زبان و ادبیات عربی؛ صادرات.

**مقدمه**

موقعیت ایران به لحاظ مکانی و فرهنگی به شکلی است که می‌تواند به بازارهای کشورهای عربی به‌ویژه عراق به عنوان یکی از بازارهای هدف برای صادرات کالا فکر کند. از آنجاکه عصر امروز عصر اینترنت و وسایل ارتباط جمعی است، یکی از روش‌های توسعه صادرات استفاده از ظرفیت‌های تجارت الکترونیک است. برای حضور در بازار کشورهای عربی، به‌ویژه عراق، نیازمند کسانی هستیم که به زبان عربی تسلط داشته باشند و بتوانند وارد این حوزه شوند. این مسئله موقعیت بسیار مناسبی برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی فراهم می‌کند تا بتوانند علاوه بر اشتغال در این زمینه، موجبات توسعه اقتصادی کشور را فراهم کنند. در این مقاله سعی شده است راه‌های ورود دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی به عرصه تجارت الکترونیک با کشورهای عربی از جمله عراق بررسی شود.

**پیشینه پژوهش**

هرچند مبادلات تجاری بین ایران و عراق از دیرباز وجود داشته و اکنون نیز وضعیت خوبی دارد، اما متأسفانه پژوهش‌های زیادی در این باره صورت نگرفته است. با وجود این، چند کتاب و مقاله در این زمینه نوشته شده که برخی از آنها عبارتند از:

- کتاب **روابط اقتصادی ایران و عراق چشم‌اندازها و فرصت‌ها** نوشته عادل قربانی که مؤسسه تحقیقاتی «تدبیر اقتصاد» در سال ۱۳۸۷ ه.ش آن را منتشر کرده است. این کتاب اطلاعات بسیار خوبی به مخاطب ارائه می‌کند، اما هیچ اشاره‌ای به ظرفیت‌های دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در توسعه صادرات به کشور عراق نکرده است.
- کتابچه‌ای با عنوان **راهنمای تجارت با کشور عراق** که «سازمان توسعه تجارت» آن را در سال ۱۳۸۲ ه.ش منتشر کرده است. در این کتاب نام نویسنده ذکر نشده است. این کتاب نیز اطلاعات خوبی را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، اما صرفاً آمار و جدول‌هایی در مورد تجارت بین ایران و عراق در آن آمده و هیچ پژوهشی درباره موضوع انجام نشده است.

### پرسش‌های پژوهش

- آیا امکان اشتغال دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در بخش تجارت الکترونیک با کشورهای عرب‌زبان از جمله عراق وجود دارد؟
- برای ورود دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی به عرصه تجارت الکترونیک با کشورهای عربی از جمله عراق چه باید کرد؟
- آیا در ایران و عراق زیرساخت‌های توسعه تجارت الکترونیک وجود دارد؟

### فرضیه‌های پژوهش

بخش تجارت الکترونیک با عراق یکی از بخش‌های مهم اشتغال‌زایی برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی است و امکان فعالیت تعداد زیادی از دانش‌آموختگان این رشته در این بخش وجود دارد.

برای فراهم کردن زمینه حضور این دانش‌آموختگان در بخش تجارت الکترونیک با کشورهای عربی باید ابتدا ظرفیت‌های این بخش را شناخت و سپس زمینه را برای حضور دانش‌آموختگان فراهم کرد.

با توجه به توسعه روزافزون اینترنت و دیگر وسایل ارتباطی و دسترسی آسان ایرانیان و عراقی‌ها به آنها، این بخش ظرفیت‌های بالقوه زیادی برای ایجاد اشتغال برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی دارد.

امروزه قابلیت‌های بازار جدید تجارت الکترونیک بر کسی پوشیده نیست. جهان، توسعه فنی پویایی را تجربه می‌کند. فناوری‌های ارتباطی مثل تلفن‌های هوشمند، شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون، سی‌دی‌های صوتی و تصویری و رایانه‌ها تغییرات عظیمی در روش ارتباط شخصی به وجود آورده‌اند. آنها حتی سازمان‌دهی پیشرفت، تولید و بازاریابی کالا و خدمات را دگرگون کرده‌اند (معصوم بالله، ۱۳۹۱: ۸۹).

تبلیغات نیز نقش مهمی در جذب مشتری دارد. فروشندگان به کار رقبا وقوف پیدا می‌کنند و می‌توانند در شیوه‌های تعیین هزینه، بهتر تصمیم‌گیری کنند. خریداران نیز موارد را با یکدیگر مقایسه و بعد خرید می‌کنند. در این میان، تبلیغات از برنامه‌های اصلی تجارت الکترونیکی است که بر روی وبسایت‌های گزینش‌شده‌ای مثل AOL یا دکه‌های اطلاعاتی و گروه اخبار انجام می‌شود (همان: ۱۰۳).

تجارت الکترونیکی از مهم‌ترین دستاوردهای قرن بیستم و بیست‌ویکم به شمار می‌آید، چراکه استفاده از شبکه اینترنت در معاملات، فرایند انتخاب و خرید را برای مشتری آسان می‌کند که با روش‌های سنتی متفاوت است. علاوه بر این فرصت بزرگی برای شرکت‌ها فراهم می‌کند تا کارهای خود را توسعه دهند (توفیق نجم، ۲۰۰۹: ۱۳۸).

امروزه تجارت الکترونیک، انقلابی در خرید و فروش است و منافع زیادی را از سرمایه‌گذاری و تحقیقات در حوزه تجارت الکترونیک عاید اқشار مختلف جامعه و به‌ویژه بخش خصوصی کرده‌است (بقائی راوری، ۱۳۸۶: ۸۵).

### تعریف و پیشینه تجاری‌سازی

تجارت الکترونیک تجارتي است که بر مبنای آن کلیه مبادلات بشر با شبکه جهانی اینترنت انجام می‌شود؛ بنابراین از این پس کشورها برای ادامه حیات اقتصادی و حتی فرهنگی و سیاسی خود به تحوّل در نحوه اداره امور تجاری خود نیاز دارند (بیات، ۱۳۸۷: ۱۷). استفاده از فناوری‌های الکترونیکی در انجام امور بازرگانی، پیشینه‌ای نسبتاً طولانی دارد. در حقیقت نیاز به تجارت الکترونیکی نشئت گرفته از تقاضاهای بخش‌های خصوصی و عمومی است که می‌خواهند از فناوری اطلاعات برای کسب رضایت مشتری، و هماهنگی مؤثر درون‌سازمانی بهره ببرند (بیات، ۱۳۸۷: ۱۷). کنسرسیوم صنعت<sup>۱</sup> تجارت الکترونیکی را چنین تعریف می‌کند:

استفاده از رایانه‌های یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات تجاری که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات، کالاها و خدمات از طریق اینترنت همراه است.

رسالت تجارت الکترونیکی فقط ارتباط نیست، بلکه پی‌ریزی و تقویت روابط تجاری است. تجارت الکترونیکی انقلابی است که در حال تغییر روش‌های تجارت، خرید و حتی تغییر نحوه تفکر ماست (بیات، ۱۳۸۷: ۴۱).

این نوع تجارت از حدود سال ۱۹۶۵ آغاز شد. مصرف‌کنندگان توانستند پول را از طریق ماشین‌های خودپرداز دریافت کنند و خریدهای خود را با کارت‌های اعتباری انجام دهند. پیش از توسعه فناوری‌های مبتنی بر اینترنت در سال‌های آغازین دهه ۹۰، شرکت‌های بزرگ دست به ایجاد شبکه‌های رایانه‌ای با ارتباطات مشخص، محدود و استاندارد شده برای مبادله اطلاعات تجاری میان یکدیگر زدند. این روش مبادله الکترونیکی داده‌ها نامیده شد (همان: ۲۱).

تجارت الکترونیک به خصوص نوع اینترنتی آن باعث ایجاد تغییرات چشمگیر در شرایط رقابتی شده است و فرصت‌های جدیدی برای جایگزینی کسب‌وکار و ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های مختلف ایجاد کرده است؛ به‌طور کلی می‌توان فواید تجارت الکترونیک را در قیاس با تجارت سنتی در موارد زیر دانست:

حضور در بازار به شکل همه‌جا، همه‌کس، همه‌وقت (همان: ۲۷).

واژه تجاری‌سازی در زبان انگلیسی و در محافل علمی بار معنایی مثبتی ندارد؛ دانشجویان و استادان هیچ‌گاه به‌خوبی از تجاری‌سازی دانشگاه استقبال نکرده‌اند. زیرا برای بسیاری از افراد به معنای مشارکت در کارهایی است که در دانشگاه وجهه خوبی ندارد و به دید منفی به آن نگاه می‌کنند (بوک، ۱۳۹۱: ۲۶).

این واکنش‌ها همیشه بوده و چندان عجیب نیست که دانشجویان و به‌خصوص دانشجویان رشته‌های سستی‌تر (علوم انسانی)، زندگی علمی و دانشگاهی را به روش‌های دیگر ترجیح داده‌اند؛ چون فکر می‌کرده‌اند علم بهتر از ثروت است. استادان معمولاً به مقاصد مدیران تجاری به دیده تردید نگاه می‌کنند و شک دارند به اینکه آیا معیارهای علمی برای رهبران صنعت ارزش دارد یا نه و از دیرباز نگران تأثیرات احتمالی صاحبان کسب‌وکار و استفاده از روش‌های مدیریت تجاری در اداره دانشگاه بوده‌اند (همان: ۲۶).

برای مثال از نظر علمی و تحقیقی، ممکن است اعضای هیئت علمی تمام‌وقت هرگز اثری را به چاپ نرسانند و باین حال کارشان را از دست ندهند. پیش می‌آید استاد پاره‌وقت بدون تعهد به کار و انگیزه قوی بتواند خود را رسمی کند. رضایت حاصل از دست‌یافتن به یک ایده نو، کشف یکی از اسرار طبیعت یا نگارش یک مقاله یا کتاب عالی، انگیزه خوبی است برای اینکه استادی همواره در تلاش باشد و موفقیت همیشه پاداش به همراه دارد پاداش‌هایی مثل پیشنهادهای کاری افزایش حقوق، دعوت به فرامی‌ی‌ها و نمودهای دیگر شهرت و اعتبار (بوک، ۱۳۹۱: ۲۷).

همان‌طور که منتقدان بسیاری هم اشاره کرده‌اند، نقش تقاضای مشتری در تولید کالا، نمی‌تواند معیار خوبی برای انتخاب برنامه درسی مناسب و خط‌مشی تحقیقی درست باشد. برخی مسائل علمی ارزش بررسی کردن را دارند، به فرض که ارزش تجاری نداشته باشند (همان: ۳۵). برای مثال ممکن است در رشته زبان و ادبیات عربی، گرایش ادبیات را نتوان تجاری‌سازی کرد؛ اما به این معنا نیست که باید آن را تعطیل کرد، بلکه باید همچنان در آن سرمایه‌گذاری کرد و برای تجاری‌کردن به گرایش ترجمه یا آموزش زبان توجه نمود که ظرفیت‌های تجاری‌شدن را بیش از گرایش ادبیات دارند. بنابراین اگر ما بر تجاری‌سازی تأکید می‌کنیم، به این معنا نیست که معتقدیم باید به علم و تمامی رشته‌ها فقط با دید مادی نگاه کرد؛ چراکه قوانین علم‌آموزی با قوانین تجارت و کسب‌وکار تفاوت‌هایی دارد.

امروزه اینترنت، فناوری تسهیل‌کننده تجارت الکترونیکی به شمار می‌رود که اصول پایه‌ای تجارت را دچار تغییر و تحول کرده‌است. بازاریابی نیز یکی از فعالیت‌های تجاری اصلی است که به شدت تحت تأثیر این مسئله قرار گرفته‌است. بازاریابی با یک بازار کاملاً

تعریف شده آغاز می‌شود و بر نیازهای مشتریان تأکید دارد. همچنین کلیه فعالیت‌های بازار را هماهنگ می‌کند و به نحوی بر مشتریان تأثیر می‌گذارد که با تأمین رضایت مشتریان سود بیافریند (بیات، ۱۳۸۷: ۱۲۸).

### تجارت الکترونیک در ایران

کشور ایران با داشتن «پهنای باند اینترنت بین‌المللی» ۱/۵ مگابایت در ثانیه که بسیار کمتر از میانگین منطقه یعنی ۲۲/۳۷ مگابایت در ثانیه است، در منطقه جایگاه شانزدهم و در بین ۱۳۸ کشور جهان رتبه ۹۹ را دارد. ایران در زمینه «تعداد خطوط موجود» دارای رتبه ۲ در منطقه و ۳۳ در جهان است که البته بیانگر تعداد مناسب خطوط تلفن در کشور است. «درصد خانوارهایی که کامپیوتر شخصی دارند» در ایران ۳/۲ درصد است که رتبه این کشور را در منطقه به ۱۱ و در جهان به ۶۷ رسانده است. «درصد اشتراک اینترنت پرسرعت به ازای هر ۱۰۰ نفر» در ایران ۰/۵ درصد است که رتبه ایران را در جهان ۱۰۱ و در منطقه ۱۵ قرار داده است. میزان درصد «کاربران اینترنت به ازای هر ۱۰۰ نفر» در ایران نیز ۱۱/۱ درصد است که رتبه ۱۰۱ در جهان و ۱۸ در منطقه را برای ایران ثبت کرده است. همچنین «هزینه اشتراک ماهانه برای استفاده از سرویس پهنای باند» در ایران معادل ۷۷/۳ دلار است که رتبه ایران در جهان را ۱۰۴ و در منطقه ۱۶ قرار داده است. ایران در «میزان استفاده بازرگانان از اینترنت برای برقراری ارتباط و انتقالات مالی با مشتریان خود» در منطقه رتبه ۱۷ و در دنیا رتبه ۱۱۶ را از آن خود کرده است. این در شرایطی است که «درصد کل جمعیت تحت پوشش شبکه تلفن همراه» در ایران ۹۵ درصد است که حاکی از پوشش نسبتاً خوب تلفن همراه در کشور است (چالش‌های تجارت الکترونیک در ایران، روزنامه دنیای اقتصاد - شماره ۳۱۳۶، تاریخ چاپ: ۲۶/۱۱/۱۳۹۲).

ایران در زمینه تجارت الکترونیکی کشور جوانی است و برای رسیدن به وضعیت مطلوب به زمان و هزینه بیشتری نیاز دارد؛ بنابراین ایران از نظر پیش‌نیازها در تجارت

الکترونیکی با کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه فاصله بسیاری دارد. راه اندازی تجارت الکترونیکی در ایران با چالش های اقتصادی، فرهنگی، فنی و حقوقی مواجه است. با وجود این، اقداماتی اساسی برای گسترش و ترویج تجارت الکترونیکی صورت گرفته است. لازمه گسترش تجارت الکترونیکی، استفاده از تجارب سایر کشورها، سازمان های بین المللی و تعامل دستگاه های ذی ربط است تا زمینه برای فعالیت بخش خصوصی، فعالان اقتصادی و مصرف کنندگان فراهم شود (بیات، ۱۳۸۷: ۳۸۶).

### راه های توسعه تجارت الکترونیک با کشور عراق

مطالعات انجام شده حاکی از آن است که ظرف چند سال آینده، ارزش کالاها و خدماتی که با استفاده از شیوه های تجارت الکترونیک در سطح بین المللی مبادله می شوند، از میزان کنونی یعنی ۱۳۰ میلیارد دلار فراتر رفته و به ۶۱۰ میلیارد دلار خواهد رسید. در چنین فضایی کشورهای در حال توسعه از جمله ایران ناگزیر باید افق نگرش خود را به فراتر از شیوه های سنتی گسترش دهد. در آماری که به تازگی در سایت جهانی اینترنت منتشر شده است، آمار کاربران اینترنت در خاورمیانه به تفکیک کشورها آمده است.

Middle East Internet Users, Population and Facebook Statistics						
MIDDLE EAST	Population (2014 Est.)	Users, in Dec 2000	Internet Usage 30 Jun 2014	% Population (Penetration)	Internet % users	Facebook 31 Dec 2012
Bahrain	1,314,069	40,000	1,297,500	96.7 %	1.2 %	413,200
Iran	80,840,713	250,000	45,000,000	55.7 %	40.2 %	n/a
Iraq	32,585,692	12,500	2,997,884	9.2 %	2.7 %	2,555,140
Jordan	7,821,850	1,270,000	5,928,772	75.8 %	5.3 %	3,792,820
Jordan	6,528,061	127,300	5,700,000	87.3 %	5.1 %	2,558,140
Kuwait	3,268,431	150,000	3,022,010	92.5 %	2.7 %	890,780
Lebanon	4,136,895	300,000	3,336,517	80.7 %	3.0 %	1,587,060
Oman	3,219,775	90,000	2,584,316	80.3 %	2.3 %	584,900
Palestine (West Bk.)	2,731,052	35,000	1,687,739	61.8 %	1.5 %	966,960
Qatar	2,123,160	30,000	2,016,400	95.0 %	1.8 %	671,720
Saudi Arabia	27,345,966	200,000	18,300,000	66.9 %	16.4 %	5,852,520
Syria	22,597,531	30,000	5,920,553	26.2 %	5.3 %	n/a
United Arab Emirates	9,206,000	735,000	8,807,226	95.7 %	7.9 %	3,442,940
Yemen	26,052,966	15,000	5,210,593	20.0 %	4.7 %	495,440
Gaza Strip	1,816,379	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
<b>TOTAL Middle East</b>	<b>231,588,580</b>	<b>3,284,800</b>	<b>111,809,510</b>	<b>48.3 %</b>	<b>100.0 %</b>	<b>23,811,620</b>

Internet Usage in the Middle East: <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm#me>

25/10/1393



همان‌طور که می‌بینیم در این آمار تعداد کاربران اینترنت در عراق از ۱۲/۵۰۰ نفر در سال ۲۰۰۰ به ۲/۹۹۷/۸۸۴ نفر در سال ۲۰۱۴ رسیده‌است و به‌طور میانگین ۹٪ از عراقی‌ها به اینترنت دسترسی دارند.

عراق کشوری است که به دلایل مختلفی نظیر: همکاری‌های بین‌المللی برای بازسازی این کشور، تمایل سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به بازارهای آن، مسئله عضویت در سازمان تجارت جهانی، و همکاری مساعد قدرت‌های بزرگ برای شکل‌گیری توسعه اقتصادی در این کشور، دورنمای مساعد و روشن اقتصادی را نشان می‌دهد که تنها مانع جدی این فرایند روبه‌رشد، نبود امنیت در این کشور است (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۱۹).

عراق هم‌اکنون یکی از شرکای اصلی تجاری ایران محسوب می‌شود. برای مثال در سال ۱۳۸۵ میزان ۶۳٪ از صادرات ایران معادل ۱۱۴۹ میلیون دلار به کشور عراق بوده‌است (قربانی، ۱۳۸۷: ۲۰۷). اما متأسفانه علی‌رغم توان بالا، طبق آمار سال ۲۰۰۶ نام ایران حتی در میان بیست کشور نخست صادرکننده به کشور عراق نیز به چشم نمی‌خورد و کشورهای سوریه، ترکیه و آمریکا رتبه‌های اول تا سوم صادرات به عراق را دارند (همان: ۲۱۲).

اما روند صادرات ایران به عراق بعد از سقوط صدام روبه‌رشد بوده‌است. برای مثال در سال ۲۰۰۴ به میزان ۴۷۴ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۵ برابر با ۹۱۸ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۶ برابر با ۱۸۰۹ میلیون دلار بوده‌است (سازمان توسعه تجارت: ۱۳۸۷: ۹۶). این آمار خوشبختانه در سال ۲۰۱۳ نزدیک به شش میلیارد دلار بوده‌است (<http://www.tccim.ir/ImpExpStats.aspx?mode=doit>) و این مسئله نویدبخش افزایش حجم مبادلات تجاری بین ایران و عراق است که در نتیجه آن، فرصت‌های شغلی بیشتری برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی فراهم خواهد شد.

اتاق بازرگانی ایران و عراق از جمله مؤسساتی است که تلاش‌های زیادی برای افزایش مبادلات تجاری بین ایران و عراق می‌کند. برای مثال آل‌اسحاق، رئیس اتاق مشترک

بازرگانی ایران و عراق، در دی‌ماه ۱۳۹۳ با اشاره به اینکه ۹۰ درصد فعالیت‌های تجاری ایران در عراق به دست بخش خصوصی انجام می‌شود، از برنامه‌ریزی ایران برای اختصاص ۲۵ درصد تجارت خارجی عراق به خود خبر داد (<http://ir->

<http://www.iqcc.com/fa/component/content/article/15-1389-12-21-07-46-22/2824-1393-11-02-15-52-47.html>

## اشتغال‌زایی برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در بخش تجارت الکترونیک با عراق

تجارت الکترونیک راه را برای کارآفرینی در ابعاد بسیار وسیع هموار کرده‌است و اکنون به عنوان یک ویژگی مورد تأیید زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در جهان جلوه‌گر شده‌است. استفاده از تجارت الکترونیک باعث شده ارتباط تجاری بین انسان‌ها ساده‌تر شود. به همین دلیل تجارت، مرزها را درنوردیده‌است. یکی از نخستین نیازهای تجارت الکترونیک بین دو کشور، توانایی برقراری ارتباط زبانی است. از آنجاکه در سال‌های اخیر تجارت الکترونیک بین ایران و کشورهای عربی به‌ویژه عراق افزایش یافته‌است، فارغ‌التحصیلان رشته زبان و ادبیات عربی مخصوصاً گرایش مترجمی می‌توانند در این عرصه به فعالیت بپردازند و با فعالیت آنها در این عرصه بخش زیادی از بیکاری در بین فارغ‌التحصیلان این رشته مرتفع خواهد شد.

البته برای ورود به این عرصه باید توجه داشت که فارغ‌التحصیل باید کاملاً مسلط به زبان عربی باشد؛ از دانش‌های کامپیوتری، اینترنت، و چگونگی کاربرد وسایل ارتباط اینترنتی اطلاع کامل داشته باشد و علاوه بر آن از حوزه تجارت و ارتباط بین‌الملل نیز آگاهی داشته باشد تا بتواند در این عرصه فعالیت کند.

آمار بیکاران در بین فارغ‌التحصیلان این رشته بسیار زیاد است و متأسفانه تعداد بسیار محدودی از این افراد می‌توانند شغل موردنظر خود را بیابند و دیگر افراد به‌ناچار یا به شغل‌های غیرمرتبط رو می‌آورند و یا اینکه بیکار باقی می‌مانند. یک دانشجوی رشته زبان و ادبیات عربی به شرط داشتن دانش کافی و تسلط کامل به این زبان به محض فارغ‌التحصیل شدن و حتی در هنگام تحصیل می‌تواند کاری مناسب و مرتبط با رشته خود بیابد. برای مثال

کافی است یک دانش‌آموخته رشته زبان و ادبیات عربی به یکی از شرکت‌های بزرگ تجاری در ایران مراجعه کند و به آنها اعلام کند که توانایی انجام کار در بخش فروش محصولات به کشورهای عربی را دارد و با استفاده از مزایای تجارت الکترونیک می‌تواند فروش محصولات و خدمات شرکت به کشورهای عربی را افزایش دهد. ممکن است برخی شرکت‌ها این مسئله را نپذیرند اما مطمئناً با مراجعه به شرکت‌های بیشتر در مدت زمان اندکی با یک شرکت به توافق می‌رسد.

با برآوردهای نویسنده مقاله، در حال حاضر با وجود اینکه تجارت الکترونیک در ایران مخصوصاً با کشورهای عربی نوپا محسوب می‌شود و فعالیت‌های زیادی در این زمینه صورت نگرفته است، ظرفیت این بخش به اندازه‌ای است که سالانه نزدیک به سیصد نفر از فارغ‌التحصیلان این رشته می‌توانند در این عرصه شروع به فعالیت کنند. البته با گسترش تجارت الکترونیک در سال‌های آینده این عدد به مراتب بیشتر خواهد بود.

به دلیل وارد نشدن دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی به این عرصه متأسفانه شرکت‌های تجاری ایرانی به منظور ارتباط تجاری با کشورهای عربی دو راه جایگزین برمی‌گزینند که هر دو راه به زیان دانش‌آموختگان این رشته است:

برخی شرکت‌های تجاری با توجه به تسلط بیشتر به زبان انگلیسی در روابط تجاری با کشورهای عربی به جای زبان عربی از زبان انگلیسی استفاده می‌کنند. البته این راه ممکن است برای آنها مشکلاتی پیش بیاورد، چون لزوماً طرف تجاری در کشورهای عربی به زبان انگلیسی تسلط ندارد.

برخی شرکت‌های ایرانی نامه‌های خود را به زبان فارسی ارسال می‌کنند و ترجمه به وسیله عرب‌زبان‌های مسلط به فارسی در آن سوی مرز انجام می‌شود. متأسفانه در این حالت سودی که باید نصیب دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی شود، نصیب عرب‌زبان‌های خارجی می‌شود؛ درحقیقت این بازار کار به دیگر کشورها واگذار شده است.

در طراحی سایت‌های معرفی کالا و خدمات ایرانی برای کشور عراق باید نکاتی را در نظر گرفت که در ادامه به برخی از این مسائل اشاره می‌شود:

□ نکات مربوط به کالاها: باید کالاها و خدماتی صادر شود که در آن کشور خواهان دارد؛ یا سنجیده شود که از نظر قانونی در کشور مقصد امکان ورود آن کالا وجود دارد یا خیر. برای مثال در سایت وزارت بازرگانی عراق، در ضمیمه بخشنامه شماره ۵۴ و اصلاحیه شماره ۷۰ حکومت موقت ائتلاف، لیست کالاهایی مانند مهمات، آهن قراضه و... که صادرات آنها به عراق ممنوع است، مشخص گردیده است (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۷۷). سازمان ملل نیز در ماه می ۲۰۰۳ بسیاری از تحریم‌های اعمال شده علیه عراق را لغو کرد و اجازه داد تا کالاهای فاسدشدنی به عراق صادر شود (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۸۷).

□ استفاده صحیح از زبان جهت تبلیغات: شرکت‌های ایرانی با استفاده از دانش آموختگان زبان عربی باید نام‌ها و شعارهایی برای محصولات و خدمات خود انتخاب کنند که برای مخاطب عرب‌زبان جذاب باشد و او را به استفاده از آن کالا یا خدمات ترغیب کند. گاهی ترجمه اشتباه یک محصول ممکن است نتایج فاجعه‌باری به بار آورد. «برای مثال شرکت کوکاکولا شعار خود را این عبارت قرار داد: «کوک به زندگی می‌افزاید» که ترجمه چینی این عبارت برای صادرات به کشور چین به اشتباه چنین ترجمه شد: کوک اجداد شما را از دنیای مردگان باز می‌گرداند» (ولز، ۱۳۸۸: ۷۷۷).

زمینه‌های تجاری بین ایران و عراق که ظرفیت استفاده از تجارت الکترونیک را داراست بسیار زیاد است که در ادامه به چند مورد مهم آن اشاره می‌کنیم:

□ بخش عمرانی: با توجه به پیشرفت و توسعه ایران در زمینه عمرانی و از یک طرف ویرانی‌های ناشی از وضعیت کنونی عراق یکی از زمینه‌های مهم تجاری بین ایران و عراق صدور خدمات و کالاهای عمرانی است. برای مثال هم‌اکنون بسیاری از شرکت‌های ایرانی در حال ساخت و تجهیز ساختمان‌ها، جاده‌ها و بیمارستان‌ها هستند. برای مثال کمبود خانه در عراق به میزان ۱/۴ میلیون واحد است. بنا به گفته وزارت مسکن و شهرسازی عراق، بیش از یک میلیارد دلار به سرمایه‌گذاران عراقی برای تأسیس پروژه‌های خانه‌سازی در کل کشور اختصاص یافته و هنوز یک میلیارد دلار دیگر نیاز دارد (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۴۵). بر این اساس

ایران به دلیل نزدیکی به عراق و داشتن توانایی‌های مناسب در نتیجه تجربه بازسازی بعد از جنگ، می‌تواند گزینه مناسبی برای جلب توجه شرکت‌های فعال در عراق باشد. شرکت‌های ایرانی علاوه بر همکاری با پیمانکاران اصلی می‌توانند با پیمانکاران فرعی نیز همکاری داشته باشند (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۹۶).

بخش گردشگری: یکی از بخش‌های مهم روابط بین ایران و عراق بخش گردشگری است که ظرفیت‌های زیادی دارد و می‌تواند منجر به اشتغال‌زایی زیادی در بین دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی شود. طبق آمار، سالانه پنج تا شش میلیون گردشگر وارد کشور می‌شود که اکثر این افراد از کشورهای عربی هستند. برای مثال در سایت «فرارو» آمده: به گفته معاون گردشگری کشور بیشترین گردشگران، از کشورهای عراق، آذربایجان، ترکیه، افغانستان، پاکستان، ترکمنستان، عربستان، کویت، هند و بحرین بوده‌است. از کشور عراق ۷۰۵ هزار و ۴۰۱ نفر، از آذربایجان ۳۸۹ هزار و ۵۸۴ نفر، از ترکیه ۲۲۶ هزار و ۸۸۳ نفر، از افغانستان ۱۹۷ هزار و ۱۶۱ نفر، از پاکستان ۱۰۵ هزار و ۷۴۹ نفر، از ترکمنستان ۸۰۰ هزار و ۶۱۶ نفر، از عربستان ۷۹ هزار و ۲۱۹ نفر، از کویت ۴۰ هزار و ۸۴ نفر، از هند ۳۶ هزار و ۶۱۵ نفر و از بحرین نیز ۳۰ هزار و ۷۲۰ نفر وارد ایران شده‌اند (تاریخ مراجعه: <http://fararu.com/fa/news/1447641393/11/4>). همان‌طور که می‌بینیم بیشترین ورود گردشگر به ایران از کشور عراق است و چهار کشور عربی در بین ده کشور نخست قرار دارند.

## ظرفیت‌های صنعت گردشگری در حوزه ایران و عراق

### گردشگری زیارتی

به دلیل وجود ضریح مطهر امام رضا (ع) در ایران و عتبات عالیات در عراق، نقل و انتقال زائر بین دو کشور بسیار زیاد است؛ بر این اساس تخمین زده می‌شود که سالانه حدود دو میلیون عراقی به ایران سفر می‌کنند و ده‌ها میلیون ایرانی نیز به عراق می‌روند.

### گردشگری سلامت

یکی از ظرفیت‌های بالقوه ایران، گردشگری سلامت است که سالانه تعداد زیادی را از کشور عراق جذب می‌کند و زمینه‌های شغلی زیادی را به وجود آورده است. این بخش طیف گسترده‌ای از خدمات را در بر می‌گیرد؛ از جمله خدمات‌رسانی به مجروحان حوادث، بیماران نیازمند به عمل‌های جراحی، و حتی متقاضیان عمل‌های زیبایی و کاشت مو. دلیل این امر هزینه پایین این خدمات در ایران است که به گفته کارشناسان، یک‌چهارم کشورهای هم‌جوار است.

### گردشگری سیاحتی

ایران با داشتن آثار باستانی و طبیعت زیبا هر ساله تعداد زیادی از گردشگران خارجی را جذب می‌کند که تعداد زیادی از این گردشگران از کشورهای عربی و به‌ویژه کشور عراق هستند.

### ظرفیت‌های بخش فنی و مهندسی

کشور عراق به دلیل مشکلات ناشی از اشغال و وجود تروریست‌ها از نظر فنی و مهندسی رشد زیادی نداشته و در بسیاری از زمینه‌ها نیازمند خدمات فنی وارداتی است که شرکت‌های ایرانی می‌توانند از این ظرفیت به‌خوبی بهره‌برداری کنند و در کنار آن برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی شغل ایجاد می‌شود. برای مثال سرانه تلفن در عراق بسیار پایین است و زیرساخت‌های این صنعت نیز در عراق بسیار محدود است. پیش‌بینی‌ها نشان از آن دارد که شمار کاربران خطوط ثابت در عراق با سرعت ۳۳ الی ۴۷ درصد در سال رشد یابد. (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۶۷).

## بخش صنایع غذایی

صنایع غذایی ظرفیت بالایی برای صادرات به کشور عراق دارد و مردم ایران و عراق دین مشترک و فرهنگ و سلاقی نزدیکی با ایرانیان دارند که این مسئله باعث می‌شود این کشور بازار بسیار خوبی برای محصولات غذایی ایرانی باشد. صادرات صنایع غذایی به عراق هم‌اکنون نیز انجام می‌شود، اما با بررسی و توجه بیشتر می‌توان این صادرات را به صورت چشمگیری افزایش داد.

رشد قابل توجه جمعیت عراق تقاضای آینده برای این محصولات را افزایش خواهد داد به طوری که بر اساس پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۲۵ جمعیت عراق نزدیک به چهل میلیون نفر خواهد بود و شاید تا سال ۲۰۴۰ به پنجاه میلیون نفر برسد. همچنین رشد جمعیت جوان در عراق که الگوهای مصرف آنها بیشتر شبیه الگوهای جهان غرب است دورنمای صنایع غذایی را مناسب و مطلوب تصویر می‌کند (قربانی، ۱۳۸۷: ۱۲۱).

## توانمندسازی دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی برای اشتغال در تجارت

### الکترونیک

در این مقاله به مزیت‌های تجارت الکترونیک برای اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته زبان و ادبیات عربی و وضعیت کنونی این حوزه در ایران و عراق اشاره کردیم. اما نباید فراموش کنیم که دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی نیز باید توانایی لازم را برای ورود به این عرصه داشته باشند. در ادامه مباحث این مقاله پیشنهادهایی برای بالا بردن توانایی دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی جهت ورود به این عرصه ارائه می‌شود.

با توجه به اهمیت تجارت الکترونیک و قابلیت‌های این حوزه در اشتغال دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی، باید درس‌آشنایی با کامپیوتر و فضای مجازی در مواد درسی این رشته گنجانده شود. همچنین باید تفاوت‌های نگارشی زبان عربی و فارسی به دانشجو

گوشزد شود. برای مثال «ک» و «ی» در زبان عربی و فارسی متفاوت است و این تفاوت به ویژه در موتورهای جست‌وجو خود را نشان می‌دهد. بنابراین روش‌های صحیح نگارش عربی و لزوم استفاده از کیبورد عربی هنگام تایپ عربی باید مورد تأکید قرار گیرد. لازم است درسی با عنوان «آشنایی با فرهنگ و تاریخ معاصر کشورهای عربی» در برنامه درسی دانشگاه‌ها گنجانده شود تا دانشجویان با نیازها و چگونگی ارتباط با مردم عرب‌زبان دیگر کشورها آشنا شوند.

باید استعداد دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی در سال‌های نخست تحصیل شناسایی شود. برای مثال باید دانشجویان مستعد و توانا در حوزه تجارت الکترونیک را شناسایی کرد و به آنها آموزش‌های لازم را داد تا بتوانند بعد از فارغ‌التحصیلی در این زمینه مشغول به کار شوند.

یکی از دلایل عمده ضعف دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی در ایران، پراکندگی و گستردگی مطالب در دوره کارشناسی این رشته است. برای مثال دانشجوی رشته زبان و ادبیات عربی باید در تقریباً ۱۲۰ واحد تخصصی، صرف و نحو، بلاغت، عروض و قافیه، ترجمه شعر عربی قدیم و جدید، ترجمه نثر قدیم و جدید، نقد ادبی، تاریخ ادبیات، مکالمه، ترجمه و نگارش عربی را فراگیرد که موفقیت در همه این موارد، تقریباً غیرممکن است؛ بنابراین اولین گام در تقویت دانشجویان این رشته باید جدا کردن مباحث ادبی از مباحث زبانی باشد. به این صورت که دانشجویانی که به مباحث ادبی علاقه‌مند هستند وارد رشته ادبیات عربی شوند و دانشجویان علاقه‌مند به زبان عربی و کار در حوزه ترجمه وارد رشته زبان و ادبیات عربی شوند.

بایستی دانشجویان را با مفاهیم تجارت الکترونیک و مزیت‌های این زمینه آشنا کرد و در صورت امکان دانشگاه با سازمان‌ها و مؤسسات فعال در این زمینه همکاری کند و دانشجویان توانمند را برای اشتغال به این‌گونه مؤسسات معرفی نماید. سرانجام می‌توان درس‌ها به ویژه صرف و نحو، مکالمه و ترجمه را به شکلی کاربردی کرد که دانشجو بتواند از آنها در گفت‌وگو و ترجمه بهره ببرد.



### نتیجه‌گیری

با توجه به ظرفیت‌های بالای دو کشور ایران و عراق با استفاده از توانایی‌های فارغ‌التحصیلان رشته زبان و ادبیات عربی می‌توان تجارت الکترونیک را توسعه داد و در نتیجه حجم مبادلات تجاری دو کشور را افزایش داد. تجارت الکترونیک با کشورهای عربی یکی از عرصه‌های مهمی است که با توسعه آن می‌توان برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی اشتغال‌زایی کرد. باید رشته زبان و ادبیات عربی در ایران به شکلی طراحی شود که بتواند بخشی از فارغ‌التحصیلان این رشته را وارد عرصه تجارت الکترونیک با کشورهای عربی کند. سازمان‌ها و ادارات مربوطه باید ظرفیت‌های موجود را به دانش‌آموختگان این رشته معرفی کنند و از توانایی‌های آنها در امور مربوطه بهره ببرند. حجم صادرات کالا و خدمات از ایران به عراق هم‌اکنون تقریباً شش میلیارد دلار در سال است که با توسعه تجارت الکترونیک می‌توان آن را به مرز ۳۰ میلیارد دلار در سال رساند.

## کتابنامه

### الف) فارسی

#### کتابها

بوک، درک (۱۳۹۱)، تجاری سازی در دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی (دانشگاه ها در بازار)، مترجم: جهانگیر یداللهی فارسی، چاپ اول، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

بیات، پیمان (۱۳۸۷)، تجارت الکترونیک در ایران، چاپ اول، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفرش.

دهشیار، حسین (۱۳۸۲)، مسائل ایران و عراق، چاپ اول، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر.

سازمان توسعه تجارت ایران (۱۳۸۷)، راهنمای تجارت با کشور عراق، چاپ اول، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

قربانی، عادل (۱۳۸۷)، روابط اقتصادی ایران و عراق چشم اندازها و فرصت ها، چاپ اول، تهران: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.

معصوم بالله، مهد (۱۳۸۹)، تجارت الکترونیک اسلامی (رویکردی کاربردی)، مترجم: سید محسن روحانی، چاپ اول، تهران: دانشگاه امام صادق.

ولز، ویلیام و دیگران (۱۳۸۸)، تبلیغات تجاری، اصول و شیوه های عمل، مترجم: سینا قربانلو، چاپ دوم، تهران: مبلغان.

#### مقالات

بقائی راوری، جواد؛ علیرضا مقدسی (۱۳۸۶)، «ارائه یک مدل سه بعدی از چالش های پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران»، مجله دانش و توسعه (علمی - پژوهشی)، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۱۹، صص ۱۱۳-۸۲.

«چالش های تجارت الکترونیک در ایران»، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۳۱۳۶، تاریخ چاپ: ۱۳۹۲/۱۱/۲۶.

### ب) عربی

#### مقالات

---

نقش دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی در توسعه تجارت الکترونیک... حبيب كشاورز

البياتي، ستار جبار خليل (٢٠٠٩)، «الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية وإمكانية تطبيقها في العراق»، مجلة مركز  
المستنصرية للدراسات العربية والدولية، بغداد، شماره ٢٧، صص ٢٨١-٢٥٥.

توفيق نجم، بان (٢٠٠٩)، «دور التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات (دراسة في عينة من الشركات العراقية)»،  
مجلة العلوم الاقتصادية، البصرة: جامعة البصرة، جلد ششم، صص ١٧٢-١٣٨.

### سایت های اینترنتی

Internet Usage in the Middle East:

<http://www.internetworldstats.com/stats5.htm#me> (04/11/1393).

دورخیز ایران برای کسب ٢٥ درصد تجارت خارجی عراق:

<http://ir-iqcc.com/fa/component/content/article/15-1389-12-21-07-46-22/2824-1393-11-02-15-52-47.html> (04/11/1393).

آمار کل واردات و صادرات به مقصد ج.ا. ایران:

<http://www.tccim.ir/ImpExpStats.aspx?mode=doit> (04/11/1393)

آمار گردشگران ورودی به ایران اعلام شد:

<http://fararu.com/fa/news/144764> (05/11/1393).

## دور خريجي فرع اللغة العربية في تنمية التجارة الالكترونية مع البلدان العربية (العراق نموذجاً)

حبيب كشاورز\*

أستاذ مساعد في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة سمنان

### الملخص

مع ظهور شبكة الانترنت أصبحت التجارة الالكترونية ضرورة في المجتمع العصري. والتجارة الالكترونية اجتازت حاجز الحدود وأصبحت ظاهرة دولية. عبر استخدام إمكانيات التجارة الالكترونية يمكن التعريف بالمنتجات والخدمات الإيرانية إلى الناس في البلدان الأخرى والمساهمة في تنمية الصادرات غير النفطية إضافة إلى توظيف شباب الوطن. بالنظر إلى موقع إيران، تعتبر البلدان العربية، منها العراق، من أهم البلاد لتصدير السلع والخدمات الإيرانية. وخريجو فرع اللغة العربية وآدابها يجيدون لغة من اللغات الحية في العالم ويمكنهم المشاركة في هذا القسم والمساهمة في تنمية الصادرات غير النفطية إلى البلدان العربية. والبلدان العربية وخاصة العراق من أهم الشركاء التجاريين لإيران وبسبب وجود الدين والثقافة المشتركين بين البلدين هناك مجالات واسعة لتنمية التجارة الالكترونية. وحجم المبادلات التجارية بين البلدين الآن يصل إلى ٦ مليارات دولار سنوياً وعبر مساهمة خريجي فرع اللغة العربية وآدابها يمكن زيادة هذا الحجم.

**الكلمات الرئيسية:** التجارة الالكترونية؛ والبلدان العربية؛ والعراق؛ وخريجو فرع اللغة العربية؛ والصادرات.