

دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية وإمكانية تطبيقها في العراق

د. فاضل عباس كاظم الشباني
جامعة القادسية - كلية الادارة والاقتصاد

د. ثامر عبد العالي كاظم الشمري
جامعة القاسم الخضراء - كلية الزراعة

تاريخ قبول النشر: 2013/10/30

تاريخ استلام البحث: 2013/3/24

المستخلص

يعد مصطلح التجارة الالكترونية Electronic Commerce من المصطلحات الحديثة، وسمة رئيسية للعصر الراهن الذي عبر عنه البعض بعصر العصف الذهني، حتى أصبح هذا النشاط ضرورة ملحة لأي دولة لامتلاكها قوة دفع ذاتية تمكنها من النمو - الكمي والنوعي - المتسارع في النشاطات كافة الاقتصادية وغير الاقتصادية فضلا عن زيادة تأثيرها في التجارة الخارجية بسبب تغير الطريقة التقليدية التي يتم بها إجراء الصفقات التجارية، ومن ثم تطوير القطاعات الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص اكبر لرفع مستوى النمو الاقتصادي وتحقيق العدالة الاجتماعية والتنمية المستدامة، إذ ان انتشار خدمات شبكة الانترنت على المستوى العالمي مكن الدول والشركات والأفراد من التعرف على الفرص المتاحة في أي مكان في العالم. ان هذا البحث هو محاولة لمعرفة حجم الفائدة التي يمكن ان يحققها الاقتصاد العراقي من تطبيق التجارة الالكترونية باعتبارها تجربة حديثة وكون الاقتصاد العراقي اقتصاداً متعدد الموارد وذات هيكلية متنوعة قادرة على إحداث مستوى مقبول من التنمية إذا ما استخدمت موارده بشكل امثل، وإذا ما توفرت خطط تنموية شاملة تعبر عن حاجة المجتمع العراقي وإمكاناته المادية والبشرية.

The Role of Electronic commerce in the Economic Development and the possibility of its application in Iraq

Dr. Fadhil Abbas Kadhim Al-Shebani

Dr. Thamer Abd Alal Kadhim Al-Shameri

Abstract

The term E-commerce of modern terms, and a key feature of the era being expressed by some era brainstorming, until it became an urgent need for any state to possess momentum of its own to enable itself to grow-quantitative and qualitative-growth which is accelerated in activities all economic and non-economic as well as increased impact on foreign trade because of changing the traditional way that is by making business deals, and then to develop the productive sectors of national and greater opportunities to raise the level of economic growth and the achievement of social justice and sustainable development, as the proliferation of Internet Service at the global level has enabled countries, companies and individuals to identify opportunities available anywhere in the world. that this research is trying to figure out the size of benefit that can be achieved by the Iraqi economy from the application of e-commerce as recent experience and the fact that the Iraqi economy multi-resource and related structural variety can make an acceptable level of development if its resources optimally, and if there is a comprehensive development plans reflect the needs of Iraqi society and its material and human potential.

المقدمة

نعيش في عالم أصبح كل ما فيه يتغير بسهولة ويسر، حتى بدت الأحداث تتوالى بسرعة مذهلة، وذلك نتيجة للتطور الواسع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، هذه التكنولوجيا ساعدت في وحدة المجتمع البشري والعيش ضمن إطار يدعى بالقرية الكونية، وفي هذه المرحلة من تاريخ التطور الإنساني أصبح الوعاء القطري لا يفي بحاجات المجتمع المتزايدة والنهوض بالحياة الاقتصادية.

هذه المتغيرات مكنت الإنسان من السيطرة على المكان والزمان ونجاحه الكبير في اختصار المسافات وتسريع وتائر الاتصال بين كل أفراد المجتمع الدولي والتعرف على الأحداث العالمية بشكل فوري والتدفق الحر للمعلومات والتنظيمات التجارية، وأصبح الانترنت عنصراً فعالاً في التجارة الالكترونية التي أحدثت تغير كبير في التجارة التقليدية، وتشير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD في إحدى دراساتها عن اقتصاد المعلومات ان الاقتصاد الجديد سيطر في عام 2012 على 80% من إجمالي حجم الاقتصاد العالمي⁽¹⁾، وبناءً على ما تقدم فإن التجارة الالكترونية باتت تمثل بالنسبة للعراق مطلباً تنموياً باعتبارها نقطة تفاعل الشعب العراقي مع الشعوب الأخرى ومحل التقاء المصالح.

- أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من ان التجارة الالكترونية أصبحت بالنسبة لأي شعب في العالم مصدراً مهماً للدخل ومجالاً حيويًا لتعزيز تجارته الداخلية والخارجية وعاملاً حاسماً في رسم شكل الاندماج في الاقتصاد العالمي، ولكي يتحقق ذلك على أساس واضح وسليم على جميع الدول ومنها العراق ان تعمل على تهيئة، بيئتها الاقتصادية ومؤسساتها للتحويل الى الاقتصاد الرقمي، وأيضاً توفير متطلبات التجارة الالكترونية والعمل على تذليل التحديات والعقبات التي تعوق تقدمها.

- هدف البحث: هو التعرف على التجارة الإلكترونية من حيث مفهومها وأهميتها الاقتصادية ومجالاتها المختلفة وواقعها وإمكانية استفادة الاقتصاد العراقي من ايجابيات هذا النشاط، فضلاً عن بيان المشاكل والمعوقات التي تقف أمام العراق التي تحد من حجم الاستفادة التي من الممكن ان تتحقق في ظل غياب الفجوة الرقمية بينه وبين دول العالم المتقدم.

- مشكلة البحث

مع الاستخدام الواسع لشبكة الانترنت بدأت تظهر نشاطات ومجالات إنتاجية وخدمية عدة تدر دخلاً إضافياً للاقتصاد الذي استطاع التمكن من التعامل مع هذه التقنية، ولكن بسبب عزل العراق عن العالم لمدة غير قليلة تولدت فجوة عميقة بين المعارف التي يمتلكها والمعارف والعلوم التي استطاع غيره التوصل إليها. لذا على العراق متابعة المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبواجه التحديات الواسعة في هذا المجال وأهمها الفجوة الرقمية المتسعة في الاقتصاد العراقي ومنها التجارة الالكترونية.

- فرضية البحث

ينطلق البحث من فرضية مفادها يمكن للاقتصاد العراقي الدخول في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومواكبة التطورات الحديثة، بما يفتح أمامه في المستقبل فرصاً واسعة لا يمكن الاستغناء عنها في عملية بناء اقتصاد قائم على المعرفة، ومن ضمنها نشاط التجارة الالكترونية

(1) لبنى القاسم، التجارة الالكترونية في دول الخليج: حقائق وتحديات، بحث منشور على الموقع الإلكتروني WWW.tegari.com

لتبشر بظهور تحولات هيكلية وتنظيمية في الاقتصاد العراقي وتنظيم المؤسسات وسلوك المستهلكين ونشاطات الحكومات باستخدام الوسائل الالكترونية المتطورة .

- هيكلية البحث

حتى تكتمل اهداف البحث تم تقسيمه على ثلاثة مباحث ، تناول المبحث الاول مفاهيم في التجارة الالكترونية وخصص المبحث الثاني لبيان خصائص ونشاطات التجارة الالكترونية واهتم المبحث الثالث في بيان آثار التجارة الالكترونية في الاقتصاد العراقي.

المبحث الأول مفاهيم في التجارة الالكترونية

أولاً : ظهور التجارة الالكترونية

لا بد من الإشارة الى ان التجارة الالكترونية ظهرت قبل شبكة الانترنت ، وتفهم التجارة الالكترونية على إنها انجاز المعاملات التجارية عبر أي وسيط الكتروني مثل التلفون والفاكس، ولكن مع ظهور وانتشار استخدام الانترنت بدت التجارة الالكترونية تعطي معاني جديدة، تركزت في ممارسة عمليات الترويج والإعلان والبيع والشراء للسلع والخدمات والتعامل مع بطاقات الائتمان بواسطة شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية (EDI) القابلة للقراءة بواسطة الحاسب الآلي بين المؤسسات مثل عروض الأسعار، وفواتير المبيعات، وتقارير الشحن، والمذكرات الائتمانية الخاصة بالبضائع التالفة⁽¹⁾، وأول ظهور للإنترنت يعود الى أوائل الستينيات من القرن العشرين بعدما أطلقت روسيا أول قمر اصطناعي في عام 1957، إذ ان الغزو الروسي للفضاء نبه السلطات الأمريكية على التفكير بالآثار التي تنجم في حالة نشوب هجوم نووي من قبل الاتحاد السوفياتي، وان الأسلحة المستقبلية ستحتاج الى أجهزة الكمبيوتر لغرض الرقابة والتنسيق، لذا كلفت شركة RAND بهذه الدراسة وإيجاد الحلول المناسبة ، وتمكنت هذه الشركة من التوصل الى آلية تعمل على تحويل الرسائل الى حزم Packets يمكن إرسالها عبر مجموعة من العقد Nodes ثم تجمع هذه الحزم لدى المتلقي على شكل رسالة الكترونية⁽²⁾.

وفي عام 1969 نفذت وزارة الدفاع الأمريكية هذا النموذج لربط أربع جامعات أمريكية بواسطة أجهزة كمبيوتر عملاقة ونجحت هذه التقنية في نقل المعلومات بين تلك الجامعات بسرعة هائلة ومكنت عدداً من الأكاديميين ان يرتبطوا بهذه الشبكة للاستفادة من تلك الأجهزة وان يساهموا في تطوير التكنولوجيا⁽³⁾، وفي عام 1972 ظهر البريد الالكتروني E – Mail الذي انتشر استخدامه بين الناس بسرعة كبيرة لإرسال الرسائل الالكترونية واستقبالها عبر شبكة لامركزية ، وفي أوائل الثمانينيات اخذ استخدام الانترنت Internet بالانتشار وهو مجموعة من الشبكات تم التوصيل فيما بينها بواسطة مجموعة بروتوكولات لإتاحة الاتصالات بين شبكات مختلفة ، وفي أوائل التسعينيات بدأ العمل بنظام الويب (world Wide Web) وهذا النظام يعتمد في عرض المعلومات على الصوت والصورة والنصوص مما أدى إلى انتشار

(1) محمد شريف توفيق ونعيم فهم حنا ، تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية والتحاسبات الضريبي : مؤتمر التجارة الالكترونية ، الأفق والتحديات ، المجلد الاول 25 – 27 يوليو ، ، كلية التجارة / جامعة الاسكندرية ، 2002 ، ص39 .

(2) علي لطفي ، التجارة الالكترونية مع الإشارة الى مصر ، مركز الخليج للاستشارات الدولية ، القاهرة ، 2003 ، ص56 .

(3) رايمند مكايودوجيورج شيل ، نظم المعلومات الادارية ، دار المريخ للنشر، الرياض، 2006 ، ص167 .

استخدام شبكة الانترنت وبدا التعامل التجاري يتسع أكثر على الشبكة⁽¹⁾، ويوجد حالياً على شبكة الانترنت الملايين من المواقع التي تغطي مختلف المجالات الاقتصادية والعلمية والثقافية والسياسية والفنية وأيضاً التعاملات المالية والتجارة الإلكترونية⁽²⁾. ومن أبرز المؤشرات على تزايد أهمية التجارة الإلكترونية ما شهدته السنوات الماضية من زيادة عدد مستخدمي الانترنت من 70 مليون مستخدم في عام 1997 إلى 349 مليون مستخدم عام 2000 ثم إلى 765 مليون مستخدم عام 2005 واستمر بالزيادة ليصل إلى 1500 مليون مستخدم عام 2008 أي أن العدد تضاعف بحدود 17 مرة خلال المدة 1997 - 2008⁽³⁾ مما أدى إلى زيادة مضطردة في حجم ومعدلات نمو التجارة الإلكترونية إذ بلغ حجمها بحدود 3.8 مليار دولار في عام 2003، وذلك وفقاً لتقديرات الأمم المتحدة، وتضاعف الرقم ليصل إلى 6.8 مليار دولار في نهاية عام 2004، ونحو 80% من حجم التجارة في العالم يتم في الولايات المتحدة الأمريكية، و بحدود 155 في أوروبا الغربية، و 5% في بقية دول العالم منها 4% يتم في اليابان⁽⁴⁾، ويمثل حجم التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال (Business to Business) حوالي 85% من حجم التجارة الإلكترونية في العالم في الوقت الحاضر⁽⁵⁾.

ثانياً : تعريف التجارة الإلكترونية

تعرف التجارة الإلكترونية E. Commerce بأنها شبكة عالمية واسعة النطاق لا تخضع إلى أي تحكم مركزي، تضم بداخلها مجموعة شبكات - عامة وخاصة - تغطي كل دول العالم، وتعد أحد النشاطات الجديدة التي تركز على عمليات الإعلان والترويج والبيع والشراء للسلع والخدمات بغض النظر عن البعد الجغرافي، وتتم عملية نقل البيانات من حساب إلى آخر عبر شبكة الانترنت وفقاً لمجموعة بروتوكولات^(*) يطلق عليها CP/IP، ولغرض تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية لابد من عرض أهم التعريفات التي جاءت بها المنظمات والهيئات الدولية وبعض الاقتصاديين والخبراء وكما يأتي :

1- منظمة التجارة العالمية: هي عمليات توزيع السلع والخدمات وتسويقها بالوسائل الإلكترونية⁽⁶⁾.

2- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD: هذه المنظمة قدمت تعريفين للتجارة الإلكترونية، الأول ضيق ويقصد جميع عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات التي تتم بين الشركات التجارية، الحكومات، الأفراد ومختلف المؤسسات الخاصة والعامة، باستخدام شبكة

(1) Marilyn Green Stein and Miklos vasarhelyi Electronic Commerce Security , Risk Management ,and control ,McGraw – Hill Irwin ,Irwin,2002 ,p.7 .

(2) طارق عبد العال حمادة ، التجارة الإلكترونية : المفاهيم- التجارب- التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 2005 ، ص36 .

(3) عاطف عبد الله قبرصي، التنمية البشرية المستدامة في ظل العولمة: التحدي العربي، سلسلة دراسات التنمية البشرية، ألسكوا، نيويورك، 2000، ص11.

(4) <http://www.almotamar.net/15593.htm>

(5) د. محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص30.

(*) البروتوكول : هو مجموعة قواعد تحكم عمليات الاتصالات، للمزيد من التفاصيل انظر :

Mathew Strebe & Charles Perkins ,MCSe :Internet Information server 3 study Guide ,Microsoft Corporation, P.511

(1) زيود لطيف وآخرون، التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية العربية وإمكانية تطويرها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد 29، العدد 1، سورية، 2007، ص135.

الانترنت. والثاني واسع يشمل جميع عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات التي تتم بين الشركات التجارية، الحكومات، الأفراد ومختلف المؤسسات الخاصة والعامة، باستخدام الأساليب الالكترونية الحديثة والتي تضم التلفون العادي والمحمول، الكمبيوتر الشخصي والعلاق وشبكات الكمبيوتر المحلية والعالمية، التي تتيح إمكانية التواصل والتبادل والوساطة بكل أشكالها بين أي نقطتين على الأرض وفي أي وقت وبتكلفة منخفضة نسبياً⁽¹⁾، ان التعريفين أعلاه يختلفان في الطريقة التي تتم بها الصفقات سواء كانت عبر شبكة الانترنت او عبر مجموعة شبكات .

3- **منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ APEC** : هي أي شكل من أشكال الصفقات التجارية التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر أو بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر⁽²⁾ .

4- **إبراهيم العيسوي** : هي استعمال تكنولوجيا المعلومات وأجهزة الاتصال الالكتروني في مجال الأعمال من اجل السرعة في انجاز المعاملات وتبادلها وإحداث تحول في طريقة الأداء⁽³⁾ .

5- **هنيروند** : استخدام شبكات الحاسب الالكتروني في بيع السلع والخدمات والمعلومات⁽⁴⁾ .

6- **خبراء الاتصالات** : هي آلية لإيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر وسائل الاتصال الحديثة⁽⁵⁾ .

7- **أصحاب العمليات التجارية** : أي عملية تجارية تجري عبر شبكات الحاسب الآلي الوسيطة والتي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات، ومن ثم تعقد عملية البيع والشراء ضمن آلية إلكترونية وبالاتفاق بين أطراف التبادل بصورة تلقائية وسريعة⁽⁶⁾ .

8- **أصحاب الخدمات** : تعرف التجارة الإلكترونية في هذا الإطار، بأنها أداة تسمح بتلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة مع تحسين جودتها وزيادة سرعة توصيلها⁽⁷⁾ .

9- **خبراء عالم الانترنت** : تقنية حديثة تفتح المجال لبيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات عبر الانترنت⁽⁸⁾ .

(1) benchmarking E-commerce in the Information Society in Europe and the US, information society technologies , Germany , 2003 , p.15 .

(2) عزة العطار ، التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، الإسكندرية، 2005، ص2

(3) إبراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، 2001 ، ص3 .

(4) Jay HEIZER & Berry Rendler How E-commerce saves Money , IIE solution , 2000 , P.22 .

(5) www. C4arab . com\ showac. Php الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت.

(6) د. رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، بحوث ودراسات ، 1999 ص348 .

(7) زاير بلقاسم وطوباش علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، العدد 288 ، مركز دراسات الوحدة العربية، 2003، ص72.

(8) عابد بن عبد العبدلي ، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية : الواقع – التحديات – الآمال ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث للاقتصاد الإسلامي ، جامعة ام القرى ، 2004 ، ص11 .

ويمكن ان نعرف التجارة الالكترونية على أنها استخدام الأجهزة الالكترونية في إتمام العمليات التجارية عبر منظومة متكاملة من الوسائط الالكترونية من أهمها: الفاكس، والتلفزيون، والكومبيوتر الشخصي او العملاق، والتلفون الثابت والمحمول، وشبكات الكومبيوتر الوطنية والعالمية، بحيث يمكن التواصل بين أي نقطتين في العالم في أي وقت، بسرعة وتكلفة زهيدة نسبياً، لإنجاز المعاملات الاقتصادية من أهمها التسويق والمبيعات Marketing and Sales، تحويل الأرصدة الكترونياً Electronic Bank transfer، التجارة والصرافة Trading and Electronic Banking، الحصول على المعلومات Information Retrieval and Utilization، امتلاك ميزات تنافسية Having Competitive Advantages والتبادل الالكتروني للبيانات Electronic Data Interchange، البريد الالكتروني Electronic Mail، إجراء وتنفيذ المؤتمرات Video Conferences، التحويل الفاكسميلي Facsimile Transfer والاتصالات متعددة الوسائط Multimedia Communication .

ثالثاً: البنية التحتية للتجارة الالكترونية

إن الأساس الذي تقوم عليه التجارة الالكترونية وبمكناها من النمو والتطور يستلزم توفر مجموعة من العناصر تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة لتحقيق الأهداف المرجوة منها ومن تلك العناصر (1) :

- 1- البنية الخاصة بإرسال الرسائل وتوزيع المعلومات مثل البريد الالكتروني E-mail وتبادل المستندات الكترونياً EDI .
- 2- الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا النشاط.
- 3- البنية الخاصة بالنشر لمحتوى الوسائط المتعددة وشبكات المعلومات ، WWW , HTML , JAVA (2) .
- 4- شبكات المعلومات مثل الاتصالات اللاسلكية، والانترنت .
- 5- البنية الخاصة بالالتقاء Interfacing مثل البنوك، وقواعد المعلومات .
- 6- البنية الخاصة بخدمات الأعمال مثل الكروت الذكية الآمنة، والكاتالوجات .
- 7- الخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي والمصرفي لدعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني لاسيما بطاقات الائتمان لتسهيل عملية إبرام معاملات مالية مأمونة على الشبكة .
- 8- التشريعات والقوانين والقواعد والإجراءات التي تتلاءم وطبيعة التجارة الإلكترونية وحماية حقوق أطراف التعامل فيها الذي ينعقد فيه التواجد المادي لطرفي المعاملة (3) .
- 9- نقود الكترونية تستخدم في عمليات التبادل الالكتروني موثوق بها وسهلة التعامل (1) .

(1) Jay Heizer & Berry Rendler , How E- commerce saves money ,op.cit. p.23 .

(2) نشأت الخميسي ، التجارة الالكترونية : ابعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، سلسلة اصدارات البحوث الادارية ، مركز البحوث ، اكااديمية السادات للعلوم الادارية ، القاهرة ، 2001 ، ص81 .

(3) عابد بن عابد العبدلي ، مصدر سابق ، ص13 .

10- اعتماد مقاييس عالمية في الاتصالات .

رابعا : معاملات التجارة الإلكترونية

هناك عدة مجالات يمكن ان تمارس التجارة الإلكترونية من خلالها ، وقسمت هذه المجالات حسب طبيعة وهوية الأطراف المعنية بالتعامل التجاري وكما يأتي :

1- التجارة الإلكترونية بين مؤسستين تجاريتين : (Business to Business (B2B)

ان هذا النوع من المعاملات يتم بين منظمات الأعمال داخل الدولة الواحدة أو مع مؤسسات الأعمال خارج الحدود الوطنية من خلال شبكات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات لانجاز معاملات البيع والشراء المتمثلة بتقديم طلبات الشراء للمنتجين وتسلم الفواتير وإتمام العقود وتسويتها بالطرق الإلكترونية ، وإجراء عمليات الدفع من خلال وسائل عدة مثل استخدام بوابات الدفع الإلكترونية ، ويعتبر هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا اذ بلغت نسبته نحو 80% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم⁽²⁾ ، وحقق نمو متسارعا على المستوى العالمي اذ بلغت قيمته بحدود 7.2 تريليون دولار عام 2004 ازدادت الى 9.3 تريليون دولار عام 2005 واستمرت بالارتفاع لتصل الى 12.9 تريليون دولار عام 2006⁽³⁾ ، ان الزيادات المستمرة في حجم التجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية يرجع الى استخدام هذه الشركات تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) Electronic Data interchange في انجاز المبادلات التجارية ومن ثم أدى ذلك الى تحقيق كفاءة أعلى في النشاط التجاري وخفض الكلف ومعدلات أعلى في الأرباح .

2- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك (Business to Consumer (B2C)

يعتمد هذا النوع من التجارة الإلكترونية على التعامل ببيعاً وشراء بين المؤسسات التجارية والمستهلكين للسلع والخدمات عن طريق المواقع Web على شبكة الانترنت العالمية ، اذ توجد مواقع للتجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمستهلكين لعرض كافة أنواع السلع والخدمات وانجاز معاملات البيع والشراء مثل الكتب والبرامج الإلكترونية ، ويتم الدفع باستخدام بطاقات الائتمان او الشيكات الإلكترونية إذا كانت المنتجات رقمية ، اما إذا كانت المنتجات غير قابلة للتسليم الإلكتروني فيتم الدفع نقدا عند التسليم أو بأي طريقة أخرى يتم الاتفاق عليها من قبل الطرفين أصحاب العلاقة⁽⁴⁾ .

3- التجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية والقطاعات الحكومية : (Business (B2G) to Government

، يتم بين المؤسسات التجارية والحكومة مثل مشتريات الحكومة من المؤسسات التجارية او قيام المؤسسات التجارية بدفع الى الحكومة الضرائب ورسوم الكمارك والتراخيص التجارية وتخليص البضائع إلكترونياً، ويشهد هذا النشاط نموا متزايدا مع تزايد الاهتمام بمشروع الحكومة الإلكترونية⁽⁵⁾ .

4- التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك : (Consumer to Consumer (C2C)

(1) يونس عرب ، الخصوصية وامن المعلومات بواسطة الهاتف الخليوي ، اتحاد المصارف العربية ، عمان ، 2001 ، ص5 .

(2) عابد بن عابد العبدلي ، مصدر سابق ، ص6 .

(3) Robert Plant ,E-commerce formulationof strategy ,Prentice Hall , Inc ,2000 , p.24 .

(4) Jay Heizer and Berry Rendler , How E- commerce saves money,op,cit, P.29 .

(5) طارق عبد العال حماد ، مصدر سابق ، 2003 ، ص15 .

ان هذا النوع من التجارة - عمليات البيع والشراء - يتم بين مستهلك ومستهلك آخر مباشرة من خلال المواقع الشخصية على الانترنت لعرض الممتلكات الشخصية وبيعها ، وهناك إمكانية لإقامة مزادات على الانترنت يتفاوض من خلالها البائع والمشتري على السعر وخدمات ما بعد البيع ، ويمكن هذا النوع من التجارة مستخدمى الانترنت من تبادل الأفكار والمعلومات والاتصال فيما بينهم وبيع أغراضهم الشخصية بدون الحاجة الى وجود وسطاء ومن ثم الاتفاق على أي صفقات تجارية⁽¹⁾ .

5- التجارة الالكترونية بين المستهلك والحكومة : (C2G) Consumer to Government

تشمل انجاز وتسوية المعاملات المتعلقة بين المستهلك والإدارة المحلية مثل عمليات دفع الضرائب والرسوم والتأمين ومختلف المستحقات وأيضاً تقديم التصريحات الى مختلف المؤسسات الحكومية ، دون الحاجة إلى ان يقوم المستهلك نفسه بمراجعة تلك الدوائر⁽²⁾، وهذا النوع من التجارة يمهد لقيام الحكومة الالكترونية ، مثلاً يستطيع المواطن عن طريق الانترنت ان يجدد رخصة قيادة السيارة اذ يقدم طلب لتجديد الرخصة ودفع الرسوم عبر الانترنت ثم يتم إرسال الرخصة اليه عبر البريد العادي ، الحصول على شهادة الميلاد وهوية الأحوال المدنية ، العمل بنظام استمارة القبول المركزي في الجامعات والمعاهد العراقية .

6- التجارة الالكترونية فيما بين الأجهزة الحكومية : ويتضمن هذا النوع التنسيق بين الأجهزة الحكومية من اجل تشجيع تطبيق الحكومة الالكترونية لتحسين أدائها وتوفير الخدمات للمواطنين خلال 24 ساعة⁽³⁾ .

المبحث الثاني

خصائص ونشاطات التجارة الالكترونية

يمكن القول إن اغلب المنتجات التي يتم تسويقها من خلال الأجهزة الإلكترونية هي منتجات رقمية غير مادية مثل الموسيقى، والصور، والكتب والمجلات الالكترونية، والرحلات وخدمات الحجز، والبنوك والتأمين والسمسرة، والمعلومات القانونية، والخدمات الخاصة بالعقارات والصحة والتعليم والإدارة العامة ومنتجات معلوماتية ،..... وغيرها، وهذه التجارة سوف تمارس تأثيراً ايجابياً على اغلب النشاطات التجارية بما فيها المبيعات، وخدمات ما قبل البيع، والتوزيع، وصيانة المنتج . . . الخ، كما يمكن أن تؤثر على الشكل التنافسي للسلع وعلى شكل الأسواق وحركة الأفراد في الأسواق التقليدية، لذا فإن التجارة الالكترونية تختلف عن الأعمال الالكترونية التي تقوم على فكرة أتمتة الأعمال داخل المصنع الالكتروني بدون تدخل الإنسان فيما بين المراحل الإنتاجية وهذا ينطبق أيضاً على الحكومة الالكترونية والبنك الالكتروني، بمعنى آخر أن الأعمال الالكترونية اشمل وأوسع نطاق من التجارة الالكترونية .

(1) ابي سعيدة الديوه جي ، مصادقية توجهات التجارة الاليكترونية في البيئة العربية ، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، جامعة كربلاء ، العدد 4 ، 2002 ، ص31 .

(2) يوسف احمد ابو فارة ، التسويق الالكتروني ، دار وائل ، عمان ، 2003 ، ص28 .

(3) إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية ، مصدر سابق ، ص6 .

أولاً : خصائص التجارة الإلكترونية (1) :

أ- التعامل عن بعد: بمعنى عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي المعاملة ، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت⁽²⁾.

ب- وجود درجة عالية من التفاعل : سواء بوجود او عدم وجود طرفي المعاملة في الوقت نفسه داخل الشبكة .

ت- التواصل الجماعي : يسمح هذا النشاط بتواصل وتفاعل مجموعة من المشاركين في وقت واحد ، مثل عقد الندوات والمؤتمرات والمزادات الافتراضية Vitrual Auction .

ث- الكفاءة في انجاز المعاملات : مثل التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق Electronic Data Interchange بين العملاء دون تدخل الإنسان فيما بين العمليات التجارية .

ج- انخفاض التكاليف والوقت بين لحظة الاتفاق والحصول على المنتجات .

ح- تمكن من المفاضلة بين عدد كبير من المنتجين، وتوفر الاختيار بين تشكيلة كبيرة من المنتجات.

خ- إلغاء القيود : أي الدخول الى الأسواق العالمية بدون قيود تذكر⁽³⁾ .

د- توفر بإمكانية مطلقة في عرض المنتجات من السلع والخدمات على المستهلكين .

ذ- تعمل على زيادة القدرة التنافسية للشركات ، اذ تؤدي زيادة عدد الأسواق المتاحة أمام الشركة الى تعدد منافسيها وهذا يخلق الحافز للشركات للاهتمام بالأبحاث لإيجاد منتجات ووسائل جديدة ومتطورة .

ثانياً : نشاطات التجارة الإلكترونية

انتشار استعمال الانترنت وانخفاض تكاليفه وفر الفرص لظهور مجالات عدة يمكن ان تمارس من خلاله التجارة الإلكترونية من أهمها⁽⁴⁾:

1- البيع بالمفرد Retail : يسمح الانترنت بإتمام العديد من العمليات التجارية عبر الشبكة بين المنتجين والمستهلكين ، فبعد مشاهدة المستهلك الإعلان – عن السلع أو الخدمات - على شبكة الانترنت فإنه يستطيع أن يطلبها في أي وقت وفي أي دولة كان ، مثل شراء وبيع البرمجيات والكتب والمجلات المختلفة والرحلات السياحية ، وتتم عملية دفع ثمن هذه المنتجات بالطرق الإلكترونية سواء بالشيك الإلكتروني أو ببطاقة الائتمان أو بالنقد الرقمي الإلكتروني او غيرها من وسائل الدفع الإلكتروني⁽⁵⁾.

(1) Efraim Turban ,et,al,Information technology for management, making connections for strategic Advtages , John Wiley & Sons ,iNC 1999 , P.216-219 .

(3) Tomonori Aoyama ,Toward New Generation Network – Beyond the Internet @Next Generation Network ,Keio University ,Tokyo ,2009,p.16.

(3) Shannon Lane , Logic Model that Work :The National E-Commerce Extension Initiative Example,NationE-Commerce Extension Coordinator , Washington ,2009 , p.4 .

(4) قاسم النعيمي ، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة ، جامعة دمشق ، سوريا ، 2009 ، ص4 .

(3) Andreas Meier ,E-Business@E-Commerce ,University of Fribourg ,French , 2009 , p.6 .

- 2- التمويل المالي Finance : ان معظم الصفقات المالية تنجز الكترونيا ، باستثناء عدد قليل من المصارف التي تقدم خدماتها بصورة مباشرة وهذا الوضع لا يمكن أن يستمر لان كلفة الطريقة التقليدية تتجاوز المئة ضعف كلفة إتمامها الكترونيا ، ومن أمثلة هذا النشاط نقل الأموال للأغراض التجارية، بيع وشراء الأسهم، وسداد الديون، ومتابعة أسعار الأسواق المالية والبورصة، والصرافة، والاستثمار، والتأمين وغيرها الكثير.
- 3- تقديم الدراسات : يمكن القيام بالدراسات التي يطلبها الأفراد او الشركات حسب الاتفاق المنعقد بينهما بغض النظر عن مكان تواجدهما ، وهذا ينطبق أيضا على التصميم الهندسية للمنتجات التي يمكن تسليمها الكترونيا (1)، مثل طلب إحدى الشركات تصميم هندسي لإحدى المنتجات او موقع على الشبكة الالكترونية .
- 4- خدمات خاصة: مثل (السياحة، والاتصالات، وحجز الفنادق، وتذاكر السفر، والخدمات المحاسبية، والخدمات الطبية والتعليمية،..... الخ) .
- 5- الصحافة .
- 6- العمليات الجراحية للمرضى : إجراء العمليات الجراحية التي تسمى (العمل الجراحي عن بعد) من خلال شبكة الانترنت والحصول على العلاج من بلادهم دون تحمل عناء السفر .
- 7- التسوق الالكتروني: وهو عرض المنتجات على الموقع الالكتروني واستقبال الطلبات، وتبادل الوثائق والمستندات اللازمة ومن ثم عقد الصفقات التجارية (2).

المبحث الثالث

آثار التجارة الالكترونية في الاقتصاد العراقي

إن التجارة الالكترونية تعمل في العراق على تغيير العديد من العلاقات الاقتصادية ، فبعض العلاقات تكون ذات اثر ايجابي في مجمل الفعالية الاقتصادية فيجب العمل على تعزيزها ، وبعضها الآخر يفرض تحديات لأبد من مواجهتها ، وفيما يأتي توضيح لأهم المزايا والتحديات .

اولا : المزايا

يعد تطبيق التجارة الالكترونية احد أكثر الفعاليات الاقتصادية صعوبة في العراق ، لذلك يجب ان يتم تطبيقها وفق خطط علمية مدروسة تأخذ في الاعتبار توفير البنية التحتية ووضع الأسس الإستراتيجية لإدخال خدمات الانترنت في جميع الأنشطة ، ولكي تتحقق الاستفادة من المزايا التي يوفرها هذا النشاط ومسايرة التطور الحاصلة في الدول الأخرى، يمكن تقسيم الآثار الايجابية حسب مستوى النشاط الاقتصادي كما في أدناه :

1- المزايا التي تتحقق على مستوى الاقتصاد الكلي

بعد ثورة المعلومات والاتصالات تم الانتقال من الاعتماد على العوامل الطبيعية (الموروثة) الى الاعتماد على العلم باعتباره القوة الدافعة لأي اقتصاد بسبب آثاره الايجابية التي تركتها

(1) Tomonori , Aoyama , op.cit p.16.

(2) Kenneth C.Laudon @ Janep , Laudon , Essentials of management Informationsystems , NEW Jersey , Prentice Hall,Inc.2003 ,p.118-119 .

المعرفة البشرية، وبالتالي اعتناق العلم في الدول المتطورة كقوة غالبية في كل المجالات ومنها التجارة الإلكترونية .

لكن على الرغم من امتلاك الشعب العراقي ارثاً حضارياً ضخماً، إلا انه الآن يعد بعيداً كل البعد عن المعرفة – بسبب الماضي الاستعماري والسياسات الخاطئة التي اتبعتها بعض القادة السياسيين - لأنه لا يملك من أدوات وأسرار العلم الا الجزء البسيط الذي لا يمكنه من اللحاق بتلك الشعوب التي آمنت بالعلم كقوة هائلة في عصر الفضاء وعصر التقنية الحيوية والهندسة الوراثية وتقنيات المعلومات والاتصالات ، وبعد ان تنبه الشعب العراقي على واقع معرفته العلمية والى تبعيته للدول المتقدمة ، أدرك ان سلطان العلم والمعرفة هو الوحيد القادر على خلاصه من تبعيته وتهميشه ومن ثم تحقيق النمو والتنمية المستدامة . وهناك مجموعة من المزايا التي يمكن أن تحققها التجارة الإلكترونية للاقتصاد العراقي وتزيد من تقدمه أهمها :

- 1- التجارة الإلكترونية من الآليات الصحيحة التي يمكن اعتمادها في عملية اندماج الاقتصاد العراقي في منظومة الاقتصاد العالمي ومتابعة تطوراتها والاستفادة من الفرص التي يوفرها.
- 2- تمكن أفراد المجتمع العراقي من التفاعل مع بعضهم ومع المجتمعات الأخرى لتبادل المعلومات والمعارف والأفكار والخبرات لغرض استخدام التكنولوجيا الحديثة في إنتاج السلع والخدمات ، وكذلك التعرف على منتجات الشعوب الأخرى وهذا يؤدي إلى توسيع الخيارات أمام أفراد المجتمع العراقي .
- 3- إمكانية الحصول على منتجات رقمية مجاناً مثل (المجلات والكتب والصحف وبرامج الكمبيوتر، والخدمات السياحية والصحية والبنكية، والموسيقى، وغيرها) مما يعني تحسين مستوى معيشة المجتمع.
- 4- الترويج للفرص الاستثمارية التنموية في الاقتصاد العراقي.
- 5- التعريف بالمنتجات الوطنية العراقية من حيث أنواعها وجودتها بحيث تؤدي إلى إيجاد أسواق جديدة، وهذه العملية تدعم إنعاش الاقتصاد، وبذلك تكون التجارة الإلكترونية نافذة إعلانية للصناعة المحلية بأقل التكاليف.
- 6- تعمل على انفتاح الأسواق الدولية أمام الاقتصاد العراقي ، الأمر الذي يسهم في زيادة القدرة التنافسية للمصادر العراقية المختلفة وبالتالي تطوير القطاعات الإنتاجية التي يمتلك فيها ميزة تنافسية من خلال الحفز على الاستثمار في البنية الأساسية والمؤسساتية لهذه القطاعات ومن ثم العمل على تحقيق أهداف عملية التنمية الاقتصادية ، وتشير بعض الدراسات إلى أن الزيادة في استخدام الإنترنت بنسبة 10% سنوياً سوف يعمل على نمو الصادرات والواردات بالدول الغربية بما يعادل 1.7%، 1.10% على التوالي، كذلك زيادة معدل نمو الناتج القومي الإجمالي بنسبة 0.25% سنوياً⁽¹⁾.
- 7- انعدام تكاليف السفر أو إلغاؤها، يعمل على خفض كلفة المبادلات التجارية مما يؤدي الى انخفاض أسعار المنتجات العراقية بحيث يجعلها أكثر قدرة على المنافسة.
- 8- المساهمة في زيادة الأرباح بسبب انخفاض تكلفة العرض الإلكتروني مقارنة بمثيله الفعلي، إذ تؤدي شبكة الانترنت الى خفض تكلفة المعاملات وعدد العمليين والاستغناء عن

(1) عابد بن عابد العبدلي، مصدر سابق ، ص 14 .

- المعاملات الورقية ، فضلاً عن وجود إمكانية لمعالجتها المعلومات الرقمية وحفظها واسترجاعها بسهولة ويسر .
- 11- تيسر عملية تقديم الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية لجميع أفراد الشعب العراقي بكفاءة أعلى وبكلف منخفضة .
- 12- تمكن التجارة الالكترونية أفراد المجتمع العراقي من الحصول على السلع والخدمات التي لا يمكن إنتاجها محلياً .
- 13- تعمل التجارة الالكترونية على تخفيض أسعار المنتجات وسهولة الحصول عليها ، لأنها تشجع المنافسة بين مختلف المنتجين .
- 14- المساهمة في خلق فرص عمل جديدة للقوى العاملة الحاصلة على التعليم الجامعي الأولي وخصوصاً في نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة .
- 15- تقلل من الوقت المتاح للحصول على السلع والخدمات او إمكانية الحصول عليها وهو في البيت ودون استخدام أي واسطة نقل مما يؤدي الى تخفيف حالات الازدحام المروري ومن ثم انخفاض في تلوث البيئة .
- 16- تمكن أفراد المجتمع الحصول على الخدمات العامة مثل التعليم والصحة والخدمات الاجتماعية بكلفة اقل .

2- المزايا التي تحصل عليها قطاعات الإنتاج:

- 1- انخفاض إجراءات وتكاليف الشراء ، بسبب انعدام الحاجة الى خدمات الوسطاء والسماسة .
- 2- ارتفاع القدرة التنافسية على مستوى القطاعات ومن ثم انخفاض في أسعار المنتجات .
- 3- اتساع حجم السوق ، فلم تعد القطاعات الإنتاجية (السلعية والخدمية) تنتج لسد حاجة السوق المحلية وإنما تنتج لإشباع حاجة السوق العالمي الذي لم يعد يعرف الحواجز الجغرافية او السياسية.
- 4- انخفاض في قيمة إنشاء وتداول وتوزيع وخزن المنتجات الرقمية ، لان عمليات الإنتاج لا تبدأ إلا عند الطلب من خلال نظام التصنيع الوقتي المناسب (Just in Time) .
- 5- انخفاض تكاليف الترويج والإعلان عبر شبكة الانترنت مقارنة بالوسائل السابقة مثل الجرائد والراديو والتلفزيون.
- 6- تساعد على إنشاء أنشطة تجارية متخصصة جداً .
- 7- تسمح بخفض حجم المخزون عن طريق استعمال عملية السحب .
- 8- توفر إمكانية تصنيع المنتج أو الخدمة وفقاً لمواصفات الطلب وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها .
- 9- تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على السلع والخدمات .
- 10- انخفاض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية ، فالإنترنت أرخص بكثير من من شبكات القيمة المضافة Value Added Networks .

3 - المزايا التي تحققها التجارة الالكترونية للأفراد:

- 1- الدخول إلى الأسواق الالكترونية المحلية والعالمية من أي مكان وفي أي زمان .
- 2- توسيع الخيارات أمام المستهلكين والتي تحقق نفس القدر من الإشباع .

- 3- تقلل التكاليف العامة والإدارية ، إذ يقدر الانخفاض بحدود 80% من إجمالي النفقات ، وهذا له أثر ايجابي في زيادة رفاهية المستهلك⁽¹⁾ .
- 4- الاقتصاد في الوقت والتكاليف وبالتالي زيادة الأرباح .
- 5- الاشتراك في المزايدات العلنية .
- 6- الدقة والسرعة في الاستجابة لطلبات الأفراد .
- 7- الحصول على خدمات التعلم الإلكتروني E-learning باستخدام الحاسبات الالكترونية سواء على شبكة الانترنت او على شبكات مغلقة او مشتركة .
- 8- إمكانية الحصول على تخفيضات مستمرة بسبب ارتفاع حدة المنافسة بين المواقع الالكترونية، وهذا لا يحصل في التجارة التقليدية إلا في أوقات محددة من السنة عادة تكون عند نهاية الموسم.
- 9- تسهل عمليات التبادل، لأنها تعمل على الربط بصورة مباشرة بين المنتج والمستهلك .
- 10- تسهل التجارة الإلكترونية لبعض الأفراد أن يمتلكوا منتجات أو خدمات غير قادرين الحصول عليها من بلدانهم الأصلية، مثل حصولهم على شهادات جامعية عبر الإنترنت، الدليل السياحي لبعض الدول ، وخدمات صحية واجتماعية أخرى .
- 11- إمكانية مقارنة الماركات والأسعار التي تقدمها عدة جهات او شركات او أفراد في وقت واحد، وبالتالي توفر فرصة أفضل للمستهلك لاتخاذ قرارات شرائية رشيدة .

ثانياً: التحديات التي تواجه تطبيق التجارة الالكترونية في العراق

إن تواضع مساهمة التجارة الالكترونية العراقية على المستوى الداخلي والدولي يعود إلى عدة أسباب من أهمها :

- 1- قلة المواقع التي تستخدم اللغة العربية إذ لا تزيد عن 0,5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت⁽²⁾ .
- 2- عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديد وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان على الرغم من ان بطاقات الائتمان هي اكثر الطرق انتشارا للدفع عبر الانترنت .
- 3- انعدام الحيز الحجمي band width الذي يكفي للاتصالات السلكية واللاسلكية في اغلب مناطق العراق كونها تعاني من مشكلات البنى التحتية ، وما يتصل بها من أدوات لتطوير البرمجيات ، فضلا عن مشاكل السياسات السعرية كبديل للخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت، وهذا له اثر كبير لزيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لإنشاء سوق للتجارة الالكترونية في العراق .
- 4- عدم توفر الحماية الكافية للمتعاملين بالتجارة الالكترونية ، إذ لا تزال الكثير من القوانين والأنظمة والتشريعات في العراق غير منسجمة مع متطلبات التجارة الالكترونية.
- 5- ضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية ، مثلت عوامل حاسمة في ضعف استخدام هذا النمط المستحدث للأنشطة التجارية.

(1) إبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الالكترونية، بحث مقدم الى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري المقام في كلية الاقتصاد للعلوم الادارية- جامعة اليرموك أربد- الاردن للمدة 29-31 تشرين 2002 ، ص 9 .

(2) واقع التجارة الالكترونية ومزاياها waki \ http : lladen. Atspace . com

- 6- المشاكل التقليدية مثل ضعف الموارد البشرية والمادية وغياب الخبرات نتيجة انتشار الأمية بنسب عالية ممثلة في الأمية الأبجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية.
- 7- ضعف كفاءة قطاع الاتصالات الأمر الذي يؤثر في أداء القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- 8- عدم توفير البنية الأساسية السليمة والكافية التي تتيح الاتصال بالإنترنت والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها .

ثالثاً: سبل النهوض بواقع التجارة الالكترونية العراقية

هناك مجموعة من المتطلبات تساعد على النهوض بواقع التجارة الالكترونية العراقية وتحقق نسب نجاح متزايدة من أهمها :

- 1- توفير بيئة ملائمة ومتطورة للاتصال وأنظمة جيدة لإدارتها.
- 2- الاهتمام بمعرفة اللغة الأجنبية وتوفير قاعدة ثقافية جيدة لإشاعة الوعي والإدراك لأهمية هذه الوسيلة.
- 3- إعداد وتطوير الكوادر البشرية على استخدام تكنولوجيا المعلومات وصيانة الأجهزة والمواقع.
- 4- تخفيض تكاليف خدمة الاتصالات وخدمات تزويد الإنترنت، يعد عامل فعال في زيادة أعداد المشتركين ومن ثم وجود سوق التجارة الالكترونية العراقية⁽¹⁾.
- 5- توفير الثقة والحماية الكاملة للمتعاملين في التجارة الالكترونية من خلال تهيئة بيئة قانونية وتشريعية منسجمة مع متطلبات التجارة الالكترونية .
- 6- تطوير الأعمال business development لضمان الاستمرارية والتنافسية و أتساع حجم سوق التجارة الالكترونية العراقية.
- 7- زيادة حجم الأعمال الموجهة للمستهلك لتوسع انتشار التجارة الالكترونية عبر الشبكة.
- 8- إرساء البنية المناسبة للخدمات المالية كونها إحدى القضايا المهمة في هذا المجال لاسيما بطاقات الائتمان والتي لازال استخدامها محدود جداً في العراق.
- 9- يرتبط تطبيق وتطوير التجارة الإلكترونية ، بتوافر مجموعة من المتطلبات، المالية المتمثلة بالرسوم الكمركية والضرائب، والتشريعية والاجتماعية والسياسية و التقنية⁽²⁾ .
- 10- التحول من نظام الدفع والسداد النقدي إلى النظام الإلكتروني .
- 11- الوقاية من احتمال قيام وكالات التحقيق بتعقب سيولة السداد، والحد من المخاطرة سواء للشركات و الأفراد وضمان الحماية الكافية ضد النشاط الإجرامي وانتهاك الخصوصية.

(1) النادي العربي للمعلومات، التجارة الالكترونية في العالم العربي www . middle – east – online. Com
technology
(2) لمزيد من التفاصيل انظر في -http://alden.atspace.com/waki-

- 12- حماية حقوق المستهلكين تعد أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين .
- 13- إعداد برامج و دورات تدريبية لقطاعات الأعمال ، لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية ونظم العمل على شبكات الانترنت .
- 14- العمل على تطوير مؤسسات التعليم في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية من خلال فتح فروع في الجامعات لتدريس التجارة الإلكترونية، كعلم قائم بذاته.
- 15- المشاركة بين القطاع العام والخاص في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الإلكترونية .
- 16- المساندة المباشرة وغير المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الإلكترونية، وتوفير المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم لتمكينها من استخدام التكنولوجيا الحديثة .
- 17- التأكيد على تحقيق التوازن بين خصوصية المعاملات عن طريق تشفير البيانات ذات الطبيعة الخاصة ومعالجة حالات سوء الاستخدام وحماية تقاليد ومبادئ المجتمع العراقي.
- 18- حماية حقوق الملكية الفكرية تعد من التحديات التي يواجهها العراق في تطبيق التجارة الإلكترونية بعد دخوله عالما ترسم المعلومات والمعرفة هيكله الاقتصادي ، مثل تحسين الهيكل التشريعي ، الارتقاء بالوعي على مستوى الأفراد والمؤسسات .
- 19- تحسين خدمات الاتصالات و توفيرها في جميع مناطق العراق وزيادة دور شركات القطاع الخاص في تقديم خدمات أساسية للاتصالات بإنشاء وتطوير الشبكات الرقمية والاستمرار في خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصالات الدولية .
- 20- ضبط محتوى البيانات والمعلومات التي تسمح بتدفق وزيادة المحتوى العربي على شبكة الانترنت وأيضاً ربط جميع مراكز المعلومات والمعرفة ومصادرهما على الشبكة .

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

- 1- هناك اهتمامٌ دوليٌّ متزايدٌ بالتجارة الإلكترونية كنتيجة للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إذ ساهمت الشبكة العالمية للمعلومات بدور كبير كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بصورتها الجديدة .
- 2- ان التطورات الكثيرة والمتسارعة التي تمر بها تكنولوجيا المعلومات وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية ساهمت بشكل فاعل في التحول من الاقتصاد الحقيقي الى الاقتصاد الرمزي الذي يقوم على المعرفة .
- 3- تعد التجارة الإلكترونية في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة أمراً لا بد منه نظراً لتأثيرها على القدرة التنافسية للقطاعات والمؤسسات .
- 4- التجارة في المعلومات اكبر من التجارة في المنتجات ، مما أدى الى زيادة نسبة مساهمة القطاعات غير الإنتاجية في الاقتصاد مثل: المصارف والخدمات والتأمين والسياحة وغيرها .
- 5- ان الاقتصاد القائم على المعرفة أكثر أصوله قيمة هو رأس المال الفكري وتستند المعرفة العصرية الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .
- 6- اغلب السلع التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت هي سلع غير مادية مثل، الموسيقى، ورحلات، وخدمات الحجز، ومنتجات معلوماتية،..... وغيرها فضلاً عن خدمات التعليم، والصحة، والتأمين، والبنوك، والسمسرة، والقانونية والخدمات الخاصة بالعقارات، والخدمات المرتبطة بالإدارة العامة، والتسويق، والمبيعات، والتوزيع، وخدمات ما قبل البيع، وصيانة المنتج . . الخ، كما يمكن أن تؤثر على شكل الأسواق وحركة الأفراد في الأسواق التقليدية وعلى القدرة التنافسية للمنتجات .
- 7- تتنافس الدول اليوم في مجال الابتكار والاختراع وتزايد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية بسبب تأثيرها المباشر في الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية .
- 8- التجارة الإلكترونية واحدة من أكثر المتغيرات تأثيراً في عولمة الاقتصاد وتحرير التجارة الدولية واتخاذها كمحرك لعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- 9- يتمتع العراق بإمكانية كبيرة تمكنه من الاستفادة من الفرص التي توفرها التجارة الإلكترونية شرط توفر المقومات الضرورية اللازمة لاستخدامها .
- 10- هناك عدم إدراك من قبل الأفراد والمؤسسات بمنافع التجارة الإلكترونية وغياب عامل الثقة بين الأطراف المتعاملين في المعاملات الإلكترونية ، فضلاً عن وجود مقاومة من قبل بعض الأفراد للتحديث والتغيير كجزء من الثقافة السائدة .
- 11- في الوقت الذي نرى فيه الدول المتقدمة قطعت شوطاً كبيراً في نشاط التجارة الإلكترونية، نرى العراق متأخراً في هذا المجال ولم يحاول استيعاب أهمية المعلومات الا في الآونة الأخيرة.

ثانياً: التوصيات

- 1- على الشعب العراقي الاهتمام بالتجارة الالكترونية لكي يتمكن من الاندماج السليم في بيئة الاقتصاد العالمي الحديثة وما تفرضه من تحديات وفرص .
- 2- إنشاء أنظمة مصرفية لها القدرة على حل مشاكل الدفع والسادد بواسطة بطاقات الائتمان والانترنت .
- 3- العمل على تشجيع الاستثمارات الوطنية وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاعات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بما يتناسب مع حاجة العراق .
- 4- ضرورة التركيز على السياسات والنظم الأمنية لضمان سرية وأمن التعاملات والقضاء على الاختراقات واثبات الهوية لتأمين سرية البيانات وحماية الخصوصية.
- 5- إن الاهتمام بمجال التجارة الالكترونية يتطلب المزيد من التخطيط والتنظيم العلمي ومعرفة أبعاده ودراسة وتذليل الصعوبات والسعي الى معالجتها.
- 6- إن نجاح تطبيق التجارة الالكترونية في الاقتصاد العراقي وارتفاع مستوى نموها يتطلب بنية تحتية ملائمة للاتصالات ونظم متطورة لإدامتها وبيئة قانونية وتشريعية تؤمن الحماية الكافية لأطراف التبادل الالكتروني .
- 7- ضرورة تحديث وتطوير المناهج والأنظمة التعليمية ولكفة المراحل الدراسية ، وإشاعة الثقافة التكنولوجية في المؤسسات والإدارات الحكومية فضلاً عن برامج التعليم التدريب للعمالة لكي يتم استيعاب هذه التقنية على أساس واضح وسليم .
- 8- الاتجاه نحو تكييف وتعديل التشريعات والقوانين الضريبية والكمركية العراقية بما يجعلها تساهم في تشجيع وتعزيز قطاع التجارة الإلكترونية .
- 9- إلغاء كل أنواع الضرائب و الرسوم الكمركية على المعاملات الإلكترونية ، التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الانترنت .

قائمة المصادر

اولا: العربية

- 1- إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، 2001.
- 2- إبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الالكترونية، بحث مقدم الى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري المقام في كلية الاقتصاد للعلوم الإدارية- جامعة اليرموك أربد- الاردن للمدة 29-31 تشرين 2002.
- 3- ابي سعيدة الديوه جي، مصادقية توجهات التجارة الالكترونية في البيئة العربية، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، جامعة كربلاء ، العدد 4 ، 2002.
- 4- رأفت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، 1999 .
- 5- رايمند مكايودوجيورج شيل، نظم المعلومات الادارية، دار المريخ للنشر، الرياض، 2006.
- 6- زيود لطيف واخرون ، التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية العربية وامكانية تطويرها ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية ، المجلد 29 ، العدد1 ، سورية ، 2007 .
- 7- زاير بلقاسم وطوباش علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، العدد 288 ،مركز دراسات الوحدة العربية، 2003 .
- 8 - طارق عبد العال حمادة ، التجارة الالكترونية : المفاهيم- التجارب- التحديات، الدار الجامعية،الإسكندرية، 2005.
- 9- علي لطفي ، التجارة الالكترونية مع الاشارة الى مصر ، مركز الخليج للاستشارات الدولية القاهرة، 2003.
- 10- عاطف عبد الله قبرصي، التنمية البشرية المستدامة في ظل العولمة: التحدي العربي، سلسلة دراسات التنمية البشرية، ألاسكوا، نيويورك، 2000.
- 11- عزة العطار ، التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، الإسكندرية، 2005 .
- 12- عابد بن عبد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات – الآمال ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث للاقتصاد الإسلامي ، جامعة ام القرى ، 2004.
- 13- عابد بن عبد العبدلي ، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية : الواقع –التحديات – الآمال ، جامعة ام القرى ، الرياض ، 2005.
- 14- نشأت الخميسي ، التجارة الالكترونية: ابعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، سلسلة اصدارات البحوث الادارية ، مركز البحوث ، اكااديمية السادات للعلوم الادارية ، القاهرة ، 2001 .
- 15- محمد شريف توفيق ونعيم فهيم حنا ، تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية والتحاسبات الضريبي : مؤتمر التجارة الالكترونية ، الآفاق والتحديات ، المجلد الاول ، كلية التجارة / جامعة الاسكندرية ، 25 – 27 يوليو ، 2002.

- 16- محمد عبد حسين الطائي ، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للاجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010.
- 17- يونس عرب ، الخصوصية وامن المعلومات بواسطة الهاتف الخليوي ، اتحاد المصارف العربية ، عمان ، 2001.
- 18- يوسف احمد ابو فارة ، التسويق الالكتروني ، دار وائل ، عمان ، 2003.
- 19- قاسم النعيمي ، التجارة الالكترونية بين الواقع والحقيقة ، جامعة دمشق ، سوريا ، 2009 .

ثانياً: الاجنبية

- 1- Marilyn Green Stein and Miklos vasarhelyi Electronic Commerce Security,Risk Management,and control,McGraw–Hill Irwin ,Irwin,2002.
- 2- Robert Plant ,E-commerce formulationof strategy ,Prentice Hall , Inc ,2000 .
- 3- fraim Turban ,et,al,Information technology for management, making connections for strategic Advatages , John Wiley & Sons ,iNC 1999.
- 4- Tomonori Aoyama ,Toward New Generation Network – Beyond the Internet @Next Generation Network ,Keio University ,Tokyo ,2009.
- 5- Shannon Lane , Logic Model that Work :The National E-Commerce Extension Initiative Example,NationE-Commerce Extension Coordinator , Washington ,2009.
- 6- Andreas Meier ,E-Business@E-Commerce ,University of Fribourg ,French , 2009 .
- 8- Kenneth C.Laudon @ Janep ,Laudon , Essentials of management Informationsystems , NEW Jersey , Prentice Hall,Inc,2003.
- 9- benchmarking E-commerce in the Information Society in Europe and the US,information society tech nologies , Germany , 2003.
- 10- Jay Heizer & Berry Rendler How E-commerce saves Money ,IIE solution ,2000.

ثالثاً: الانترنت

- 1- الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت www.c4arab.com/showac.php
- 2- <http://www.almotamar.net/15593.htm>
- 3- واقع التجارة الالكترونية ومزاياها <http://lladen.atspace.com/waki>
- 4- النادي العربي للمعلومات، التجارة الالكترونية في العالم العربي www.middle-east-online.com/technology
- 5- لبنى القاسم، التجارة الالكترونية في دول الخليج: حقائق وتحديات، بحث منشور على الموقع الالكتروني www.tegari.com
- 6- <http://lladen.atspace.com/waki>
- 7- الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت www.c4arab.com/showac.php