مجلة تكريت للعلوم السياسية

اسم المقال: التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والتطبيق
اسم الكاتب: أ.د. اخلاص قاسم نافل، مها عباس بيات
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7935
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 11:25 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

: https://doi.org/10.25130/tjfps.v3i36.372

TJFPS

36

IRAQI Academic Scientific Journals

العراقية المجلات الاكاديمية العلمية

ISSN: 2663-9203 (Electronic)
ISSN: 2312-6639 (print)

Contents lists available at:
http://tjfps.tu.edu.iq/index.php/poiltic

Tikrit Journal For Political Science

Tikrit Journal For Political Science
SINCE 2014

" التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والتطبيق العراق أنموذجاً بعد 2010 "

" E-commerce in Arab Countries Between Reality and Application After 2010 "

Professor Dr. ekhlas nafel [a]
Researcher Maha Abbas Bayat [b]
University of Nahrain - College of Political Science [a]
Iraqi Ministry of Trade [b]

أ.د اخلاص قاسم نافل [a] *
الباحثة مها عباس بيات [b]
جامعة النهرين – كلية العلوم السياسية [a]
وزارة التجارة العراقية [b]

Article info.

Article history:
- Received 07 Jul.2024
-Received in revised form 25 Jul .2024
- Final Proofreading 12 Aug. 2024
- Accepted 29 Aug. 2024
- Available online:30. .Sept. 2024

Keywords:
- E-Commerce
-Tigital Economy
-Governance
-Trade Computing
-Electronic infrastructure
-Globalisation

©2024. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: The new economic system relies on globalization and the liberalization of goods and services. With the emergence of the technological and informational revolution, and the increase in e-commerce, it has become essential to focus on this aspect, which has become an effective tool in managing global business and the international economic system. E-commerce may dominate traditional trade in the future in countries that adopt a digital character as one of the features of the 21st century. It is impossible to discuss e-commerce in any country without addressing the development of the information and communication network in that country. This type of trade has made the world a small village where its inhabitants can easily communicate and exchange information anytime and anywhere. Developed countries recognize the value of e-commerce as a new area for investment and development. This importance is attributed to communication and information technology due to the increasing growth of e-commerce and its significance in the economies of countries worldwide. It is evident that e-commerce is advancing rapidly and has established its presence all over the world.

In Iraq, e-commerce has become an unavoidable necessity that imposes its presence on all businesses and economic institutions. Therefore, the Iraqi government must keep up with the rapid developments in modern

*Corresponding Author: ekhlas nafel & Researcher Maha Abbas Bayat,Email: dr.ekhlas@nahrainuniv.edu.iq ,Tel:xxx ,Affiliation: University of Nahrain - College of Political Science.

technology that affect all economic, social, and political fields, as well as opportunities for production and employment, and national income. E-commerce is advancing rapidly worldwide, so the Iraqi government must strive more seriously to keep pace with the swift and successive developments in modern technology. In this research, we will review the status of e-commerce at the international and Arab levels, particularly in Iraq.

معلومات البحث:

تواريخ البحث:
- الاستلام: 07 تموز 2024
-الاستلام بعد التنقيح 25 تموز 2024
- التدقيق اللغوي 12 اب 2024
- القبول: 29 اب 2024
- النشر المباشر: 30 أيلول 2024

الكلمات المفتاحية :
- التجارة الإلكترونية
- الاقتصاد الرقمي
الحوكمة
حوسبة التجارة
البنية التحتية الإلكترونية
العولمة.

الخلاصة: ان النظام الاقتصادي الجديد يعتمد على العولمة وتحرير السلع والخدمات مع ظهور الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وزيادة التجارة الإلكترونية، أصبح من الضروري التركيز على هذا الجانب الذي أصبح أداة فعالة في إدارة الأعمال العالمية والنظام الاقتصادي الدولي، قد تهيمن التجارة الإلكترونية في المستقبل على التجارة التقليدية في الدول التي تتبنى الطابع الرقمي كواحدة من سمات القرن الحادي والعشرين، من المستحيل الحديث عن التجارة الإلكترونية في أي دولة دون مناقشة تطوير شبكة المعلومات والاتصالات في تلك الدولة ، وان هذا النوع من التجارة جعلت العالم قرية صغيرة يمكن لسكانها التواصل بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت ومكان وتدرك الدول المتقدمة قيمة التجارة الإلكترونية كمنطقة جديدة للاستثمار والتنمية و تُعزى هذه الأهمية إلى تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بسبب النمو المتزايد للتجارة الإلكترونية وأهميتها في اقتصادات الدول على مستوى العالم وتبين ان التجارة الإلكترونية تتقدم بشكل سريع وفرضت وجودها في جميع أنحاء العالم .

في العراق، أصبحت التجارة الإلكترونية ضرورة لا مفر منها تفرض وجودها على جميع الأعمال والمؤسسات الاقتصادية لذلك، يجب على الحكومة العراقية متابعة التطورات السريعة في التكنولوجيا الحديثة التي تؤثر على جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وفرص الإنتاج والتوظيف، والدخل القومي وان التجارة الإلكترونية تتقدم بسرعة على مستوى العالم لذا يجب على الحكومة العراقية أن تسعى بجدية أكبر لمواكبة التطورات السريعة والمتعاقبة في التكنولوجيا الحديثة وسنقوم في هذا البحث باستعراض وضع التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي والعربي وبالأخص العراقي .

المقدمة:

تشهد اقتصادات العالم العديد من التفاعلات والتحولات الاقتصادية والاجتماعية نتيجة ثورة تكنولوجية المعلومات والاتصالات وتفاعلها مع كافة مجالات الحياة لتجسيد مفهوم العولمة فالعالم اصبح اكثر تنافسية ويعد ابرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة للاتصالات ظهور الأنترنيت واصبح يستخدم كوسيلة مهمة لبيع وشراء

المنتجات والخدمات أو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية التي تزود التجارة بفرص كبيرة لتحسين نشاطاتها وأما بالنسبة للدول العربية فما زالت بعيدة عن اعتماد التجارة الإلكترونية نتيجة العديد من المعوقات وهناك بعض الدول خلقت الاستثناء مثل الدول الخليجية ، وأصبح التحول الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة المؤسسات والهيئات التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستفيدين ، والتحول الرقمي لا يعني فقط تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة بل هو برنامج يشمل تقديم خدمات عديدة للجمهور فالدول المتقدمة بدأت نحو تحويل الخدمات والنشاطات والأعمال التي تقدمها قطاعاتها الحيوية من الأسلوب التقليدي الى عمليات ذكية وقطاعات رقمية كالصحة الرقمية ، والتعليم الرقمي ، والمدن الذكية، والتجارة الرقمية والاقتصادي الرقمي .

وتستفيد الشراكات بين الحكومة والقطاع الخاص و المجتمع المدني من قدرة الأدوات الرقمية لتطوير الاقتصاد الوطني ومن الأمثلة على ذلك الاستفادة من البنية التحتية العامة الرقمية التي تقوم المؤسسات الحكومية بإنشائه وتطويرها بما يخدم توفير بيئة أعمال سليمة لعمل الشركات والمستثمرين والصناعيين والمصارف والمستوردين والمصدرين وكل مؤسسات القطاع الخاص الأخرى من اجل النهوض بالواقع التجاري والاقتصادي للدولة.

حيث يتميز العالم اليوم بسرعة التغيير وهذا راجع الى التطور في التكنولوجيا والمعلومات والاتصالات فقد أدت الى حدوث تطورات مست جميع الميادين (الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية) فضلاً عن مساهمة الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة الى أحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقاً كظهور مجتمع المعلومات واقتصاد المعرفة والتجارة الإلكترونية التي جاءت كأحدى مخرجات هذه الثورة فلا شك ان ظهور الانترنيت وامتداد استعمالاتها الى المجال التجاري أدى الى حدوث تغيرات جوهرية في بيئة الأعمال التجارية ، وتميزت التجارة الالكترونية بسرعة النمو في الاقتصاد العالمي ومن المتوقع ان يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثيرها الفعال على الأسواق وأداء المؤسسات وقدراتها التنافسية .فضلاً الى دور الانترنيت في المساهمة بالتجارة الالكترونية كونه من اهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز تنامي حجم التجارة الالكترونية عالمياً لذلك فقد ايقنت الدول الكبرى (المتقدمة) بأهمية التجارة الإلكترونية باعتبارها مجالاً مهماً وخصباً وعاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات تلك الدول ولمواكبة هذه التطورات وبدأت اغلب دول العالم تهيئة اقتصادها ومؤسساتها للتحول الى الاقتصاد الرقمي المبني على التجارة الإلكترونية، و ان المناخ الذي توفره

التجارة الالكترونية يتجاوز منافسة بعض الدول ليصل الى الافراد والمؤسسات ويكون الجميع له الحق الدخول الى السوق كبائعاً او مشترياً او متسوقاً حيث أصبحت هذه التجارة عاملاً مهما في التأثير على طبيعة التجارة الدولية.

أهمية البحث: تأتي أهمية البحث من ان التجارة الالكترونية أصبحت تؤدي دوراً بارزاً في نمو النشاط الاقتصادي لتأثيرها المباشر على جميع القطاعات الاقتصادية والتي تعتبر التجارة الالكترونية من المواضيع المهمة والجديدة والتي فتحت أبوابها امام المؤسسات (الصغيرة والمتوسطة والكبيرة) ومصدرا مهما للدخل ومجالا حيويا لتعزيز تجارته حيث اصبحت عاملا مهما في رسم شكل الاندماج في الاقتصاد العالمي لذا فأن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح في الأسواق العالمية أصبح تحدي امام اقتصاديات الدول وأصبحت التجارة الالكترونية تفرض وجودها كل يوم اكثر من الاخر ويجب على جميع الدول ومنها العراق ان تعمل على تهيئة بيئتها الاقتصادية ومؤسساتها الى الاقتصاد الرقمي وتوفير متطلبات التجارة الالكترونية والعمل على تذليل التحديات التي تعوق تقدمها.

إشكالية البحث : مع التطور التكنولوجي والمعلوماتي ظهرت التجارة الإلكترونية واصبح من الضروري مواكبة المستجدات العالمية من قبل دول العالم وبالأخص العراق و ان مشكلة البحث تتمحور حول هل سوف تغير التجارة الإلكترونية من شكل العلاقات التجارية الدولية ؟ وبالتالي يمكن التساؤل عن:

1. ما هي التجارة الإلكترونية؟
2. وما وضع دول العالم على وجه العموم والعراق على وجه الخصوص في استخدام التجارة الإلكترونية.

فرضية البحث : ينطلق البحث من فرضية مفادها " أن التجارة الإلكترونية تلعب دورًا حيويًا في النشاط التجاري سواء داخليًا أو خارجيًا حيث يعتبر الإنترنت وسيلة رئيسية لتبادل السلع والخدمات في هذا النوع من التجارة، يُشير البحث إلى أن عدم وجود بنية تحتية ومعلوماتية في العديد من الأنشطة الاقتصادية في الدول العربية وبالأخص في العراق قد يؤثر سلبًا على استخدام التجارة الإلكترونية فيها، بالإضافة إلى أن غياب هذه التجارة وعدم استخدام التكنولوجيا يعد عاملًا يُحدّ من نموها وتطورها في تلك الدول نظرا لعدم توفر البنية التحتية الضرورية للتجارة الإلكترونية في الوقت الحالي ويمكن للدول العربية وبالأخص العراق مواكبة التطورات لفتح افاق امامهم وفرص واسعة في المستقبل لبناء اقتصاد قائم على المعرفة .

أهداف البحث: يهدف هذا البحث الى تسليط الضوء على ظاهرة التجارة الالكترونية ويتمثل الهدف الرئيس للبحث في استعراض وضع التجارة الالكترونية في النظام العالمي بشكل عام والدول العربية والعراق بشكل

خاص و معرفة العوائق التي يواجهها العراق في مجال التجارة الالكترونية ، فضلا عن ذلك تسليط الضوء على أهمية استخدام التجارة الالكترونية في الأعمال الاقتصادية للبلد.

مناهج البحث : تم توظيف اكثر من منهج علمي كما استدعت الضرورة الى ذلك لإتمام هذا البحث على اكمل وجه فاعتمدت على المنهج التاريخي الذي يعد من المناهج الرئيسة في الدراسات والبحوث العلمية لتقديم خلفية تاريخية عن مفهوم التجارة الالكترونية والمنهج الوصفي التحليلي الذي يعد من اكثر المناهج استعمالا في دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية وذلك عن طريق الوصف الموضوعي لخصائص وسمات التجارة الالكترونية التي تساعد صانع القرار في تعزيز دور هذا النوع من التجارة في اغلب الدول العربية وبالأخص العراق .

المطلب الاول : التجارة الالكترونية (مدخل مفاهيمي ونظري)

يشهد مفهوم التجارة الالكترونية المزيد من التعريفات والتوضيح نظرا لحداثة استخدامه في مجمل التطورات التي احدثتها الثورة العلمية والتكنولوجية وصولا الى تكنولوجيا المعلومات التي يتطور في ظلها الاقتصاد المبني على المعرفة وكل هذه المتغيرات تقوم على استخدام الكومبيوتر والانترنيت كأهم اداة محركة لتطويرها.

لقد ساهم التوسع في التكنولوجيا والانترنيت من قبل المؤسسات والافراد والشركات في انشاء بيئة الكترونية عبر الانترنيت ظهر ما يسمى بالتجارة الالكترونية وأصبح واحد من المفاهيم الحديثة في العالم فضلاً عن استعمال الأسلوب الرقمي في انجاز الاعمال سوف ينعكس إيجاباً على وجود أدائها ومركزها التنافسي سوف احاول إعطاء صورة عن التجارة الإلكترونية والتعرض لأهم المفاهيم المتعلقة بها.

اولاً: التجارة الإلكترونية المفهوم والنشأة

ولد مفهوم التجارة الالكترونية في العالم منذ البدء بتنفيذ أول المعاملات باستخدام الوسائل الالكترونية وفي فرنسا يعود استخدام التجارة الالكترونية إلى سنوات الثمانينيات والتي بدأت فيها التعاملات التجارية باستخدام جهاز الـ Minitel وبدء تسويق الحاسوب و انتشار الانترنيت لدى الأسر الفرنسية وبدأت التحويلات ما بين الأفراد والشركات بالزيادة ففي الفصل الثاني من عام 1996 كانت إعداد الأسر التي تمتلك شبكة الانترنيت لا تتجاوز 95000 أسرة وفي نهاية سنوات التسعينات فان أعداد المستخدمين لشبكة الانترنيت ضئيلة والشراء قليل ومع ذلك كانت تتم عمليات شراء ولكن كان هناك حذر مرتبط بالتخوف من إجراء عمليات الدفع من خلال الانترنيت.

اجتمع العالم وبالأخص الدول المتقدمة لتغيير الاتجاه المتبع في التجارة بين الدول نحو ابتكار برامج وبروتوكولات جديدة واعتماد اجراءات امنية وتشريعات قانونية من اجل بناء صرح جديد للتجارة يعرف بالتجارة الالكترونية وتختلف درجة تشييد هذا النوع من دولة لأخرى حيث تتمثل الولايات المتحدة في الصدارة ويليها

الاتحاد الاوربي وبدأ يتوسع ليشمل دول اخرى في اسيا وظهرت بوادر له في باقي دول العالم ومنها الدول العربية [1]

على الرغم من تعدد التعريفات التي ارتبطت بمفهوم التجارة الالكترونية الا ان الادبيات الاقتصادية تطرح مجموعة من المفاهيم تحاول من خلالها ان تصنف طبيعة التجارة الإلكترونية وتحدد ما يتعلق بها من انشطة وممارسات ، وقبل التعرف الى التجارة الالكترونية يجب ان نعرف ان التجارة في مفهومها التقليدي تعني بممارسة البيع والشراء وتشير الى ان هناك تبادلاً للسلع والخدمات باستخدام وسيط ما أي بما معترف به الان (النقود) ولكن اقتران كلمة تجارة بوصف الكترونية يعني أسلوب ممارسة النشاط الاقتصادي قد تغير واصبح يستخدم من خلال وسائل الكترونية متنوعة (واستخدام الانترنيت والهاتف المحمول).[2]

ظهر مصطلح التجارة الالكترونية لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1995 واخذ المصطلح الانتشار بعد تحويل الاشراف على شبكة الانترنيت وأصبحت تأخذ مسار متزايد بوتائر سريعة فاقت كل التصورات واصبح المصطلح متداولاً في الاستخدام العادي ليعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة المعلومات والاتصالات ، وساهمت التجارة الالكترونية في تعزيز الثقة في الأسواق وفي الوقت الحاضر هي من افضل الأدوات الفاعلة في إدارة الاعمال التجارية العالمية كما انها ساعدت الدخول الى الأسواق العالمية وفضلاً عن تلبية خيارات المستهلك بسهولة وساعدت على تطور الأداء التجاري والخدمي.[3]

ان مفهوم التجارة يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والافراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها اما مفهوم الالكترونية فهو وصف للمجال الذي يؤدي فيه هذا النشاط فيكون المعنى العام لمصطلح التجارة الالكترونية بأنه أداء نشاط تجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية فعلى سبيل المثال خدمة الانترنيت.[4]

---

[1] حسان طاهر شريف و تقرورت محمد ود. حسان طه ، متطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية ، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة ، المجلد (3) العدد(3)، الجزائر ، 2020، ص 116.

[2] السيد احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، 2006،ص31.

[3] باسمة علي احسان، التجارة الالكترونية مفهومها ومزاياها وواقع البلدان العربية منها ، جامعة بابل، كلية الهندسة ، مجلة كلية بغداد كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (32)، العراق، 2012، ص212.

[4] سامرة نعمة ، مفهوم التجارة الالكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (10) ، العدد (2) العراق ، 2008، ص94.

تم اشتقاق (E–comerce) التجارة الالكترونية من electronic commerce ويقصد بها عملية حوسبة التجارة أي استخدام تكنولوجيا الحاسوب في العمليات التجارية اما (I– COMMERCE) فهي مشتقه من INTERNET COMMERCE أي التجارة عبر الانترنيت وهي جزء من التجارة الالكترونية ولكن العالم اعتاد على استخدام اللفظين بطريقة تبادلية بسبب ان معظم نشاطات التجارة الالكترونية تتم عبر الأنترنيت.[1]

وسوف نتطرق لتعاريف التجارة الالكترونية ندرج اهم المفاهيم:

- عرفتها منظمة الأمم المتحدة : اهتمت الاونسترال (لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية قد تم في 16 ديسمبر 1996 ووافقت لجنة الاونسترال على اصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الذي يتكون من 17 مادة وبعد صدور هذا النموذج أصدرت العديد من دول العالم قوانين لتنظيم المعاملات الالكترونية مسترشدة بنموذج الاونسترال فعلى سبيل المثال طبقت القانون دولة سنغافورة اول دولة في العالم وأصدرت قانون المعاملات الالكترونية سنة 1998 ثم تلتها عدة دول أخرى كالولايات المتحدة الامريكية وإيطاليا وفرنسا والصين وأيرلندا وغيرها.[2]

- اما منظمة التجارة العالمية: انها أنشطة انتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها او تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية و مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية ، حيث اكدت المنظمة على ان هذه التجارة تغطي الانتاج والترويج والبيع والتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات وادواتها .[3]

- اما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية : بانها جميع اشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والافراد التي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء مرئية او مكتوبة او مسموعة فضلاً عن شمول الاثار المترتبة على عملية تبادل المعلومات والبيانات التجارية الالكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية.[4]

- عرفتها الاتحاد الأوربي بانها الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين او بين كل منهما على حدة وبين الإدارات الحكومية.[5]

---

[1] سيمس روب واخرون ، التجارة الالكترونية ، التجارة الالكترونية ، دار الفاروق ، القاهرة ، 2001، ص75.

[2] لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي التابعة للأمم المتحدة (الاونسترال)، للمزيد من المعلومات ينظر : www.unicetral.org.

[3] إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية ، ط1، المكتبة الاكاديمية ، القاهرة ،2003، ص11.

[4] السيد احمد عبد الخالق، مصدر سبق ذكره ، ص34.

[5] علاوي محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق، اليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية ، المركز الجامعي ، خميس مليانة ، 26–27 ابريل 2011، ص4.

- أصحاب العمليات التجارية : هي عملية تجارية تتم عبر شبكة الحاسب الالي والتي تتضمن نقل او تحويل ملكية او حقوق استخدام السلع والخدمات ومن ثم يتم التعاقد في عملية البيع والشراء بصورة الكترونية وباتفاق اطراف التبادل وبصورة سريعة وتعرف التجارة الالكترونية (التجارة الرقمية) بانها طريقة لطلب او تسليم المنتجات عن طريق الوسائل الالكترونية مثل الانترنيت .[1]
- كما عرفتها وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية بانها التجارة التي تشمل جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات والعلاقات بين المؤسسات والادارات والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين .[2]

- هناك مفهوم يتصف بالمفهوم الضيق انها عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات بين الافراد والشركات والحكومات وغيرها من المنظمات العامة او الخاصة عبر شبكة الانترنيت سواء تمت بالكامل عبر الانترنيت بما في ذلك الدفع الالكتروني وتسليم السلعة الكترونياً او عبر الوسائل التقليدية اما بالمفهوم الواسع فيقصد به كل نشاط مهما كانت طبيعته يتعلق بتبادل السلع والخدمات عبر شبكات الاتصال عن بعد ويمثل قيمة مضافه للمشروع او العميل او المورد، كما وتعرف أيضا بانها كل ما يتعلق بعمليات البيع والشراء والتسويق والدعاية والاعلان التجاري وتبادل المعلومات الكترونياً باستخدام وسائل التطور التكنولوجي والي يتجسد حاليا بشبكة الانترنيت كما وعرفتها لجنة التجارة الالكترونية للشبكة العربية للاتصالات الحديثة للتجارة الالكترونية بانها تنفيذ جزء او كل المعاملات التجارية من السلع والخدمات والتي تتم بين جهتين تجاريتين او بين جهة تجارية ومستهلك باستخدام شبكة المعلومات والاتصالات.[3]

وبصفة عامة تعرف التجارة الالكترونية بانها مجموع المبادلات الالكترونية المرتبطة بنشاطات تجارية بمعنى ان التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنيت كالتزويد بمعلومات الانترنيت او شبكات تجارية تخص خدمة او سلعة معينة لاقتنائها لاحقاً او التسديد الكترونيا او بطريقة أخرى، ولا ينحصر مفهوم التجارة الالكترونية على البضائع والسلع المادية بل يمتد الى السلع غير المادية فهناك عناصر في التجارة الالكترونية وهدفها تزويدنا بمعلومات عن المنتجات والخدمات التي ستكون قطاعات تجارية مبنية على تبادل المعلومات والمعارف وتقديم الخدمات والتعليم الالكتروني وغيرها وان التجارة

---

[1] محسن خضير عباس ومصطفى راشد علي ، تحليل اثر التجارة الالكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية ، مجلة دنانير ، العدد (22)، 2021، ص60.

[2] وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية ، للمزيد ينظر الى الرابط الاتي : www.finances.gouv.fr

[3] محسن خضير عباس ومصطفى راشد علي ، مصدر سبق ذكره ، ص60.

الالكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشكل كل الأنشطة التجارية[1]، وساهمت التجارة الالكترونية بشكل كبير بالاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية لتحل مكانها دعائم الكترونية مما يعني تسارع حركة المستندات الورقية وقلة الفساد وغيرها.[2]

ثانياً : التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية ومسارات التحول الرقمي في التجارة العالمية

شهدت في السنوات الاخيرة من القرن الحادي والعشرين تطوراً مهماً في مجال الاتصالات والمعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطوير بيئة الاعمال بشكل كبير في تطوير بيئة الاعمال بشكل كبير واحداث ساهمت بشكل كبير في تحول المؤسسات الى العالم الافتراضي الذي أدى الى تغير مجالات الأسواق والحدود وظهور مفاهيم جديدة كالاقتصاد الرقمي الذي أصبحت الأنشطة فيه تقوم على أساس رقمي بشكل كبير واصبح عنصر المعرفة والابتكار والابداع من المقومات الأساسية في ظل هذا الاقتصاد، حيث ساهم الاقتصاد الرقمي في ظهور نوع اخر من المؤسسات التي تقوم على أساس الكتروني أي تندمج فيه المؤسسات مع بعضها البعض من خلال شبكة المعلومات وواقع الانترنيت والبريد الالكتروني فضلاً عن القنوات الالكتروني بتصريف وتسويق الخدمات بشكل الكتروني وسريع وفعال ليظهر ما يسمى بالبنوك الالكترونية وسوف نتطرق لعدة تعاريف ومن أهمها الاتي :

- يعنى بالاقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة الى الاقتصاد القائم على الانترنيت وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات او المعلومات الرقمية والزبائن الرقميين والشركات الرقمية والتكنولوجيا الرقمية.[3]
- انه التقارب بين الحوسبة والاتصالات والمعلومات وانه الاقتصاد القائم على التنسيق والاختبار والابتكار والتعليم وان الدمج بين تقنيات الحوسبة الشبكية واشكال التجارة الجديدة وممارسات العمل اليومي ساهم في خلق ماركات جديدة وصناعات جديدة تساعد على تشكيل اقتصاد رقمي يستند في شكله غير الملموس على المعلومات والابداع في توسيع نطاق الإمكانات الاقتصادية ويقوم على استغلال الأفكار وليس الأشياء المادية.[4]

---

[1] إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2005، ص42.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، ابرام العقد الالكتروني دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي،ط1، مصر، 2011، ص155.

[3] نجم عبود نجم ، لادارة الكترونية (الاستراتيجية ، الوظائف ، المشكلات)، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض،2004،ص88.

[4] Harbhajan kehal& Varinder p.singh, Digital Economy : impacts, influence and challenges, idea group publishing, usa, 2005,p.3.

- يعد او يعتبر الاقتصاد الرقمي (التجارة الالكترونية) احد اهم الموارد الاقتصادية بالعالم والتي تساهم في انتاج القيمة المضافة والتي ساهمت بشكل جذري في تغيير المفاهيم الاقتصادية العالمية التقليدية حول تعريف الموارد الاقتصادية وكيفية استخدامها في ظل التحديات الاقتصادية والاجتماعية القائمة، وتشير الدراسات العالمية الى ان الاقتصاد الرقمي (التجارة الالكترونية) ستزداد أهميته في المستقبل القريب فهو على عكس الموارد الاقتصادية التقليدية التي تتسم بالندرة أحيانا مثل الذهب والنفط وغيرها الا ان الاقتصاد الرقمي يعتمد على المعرفة الإنسانية والتي تعتبر محور الثورة المعلوماتية والتكنولوجية الحالية.[1]

- حسب ما تشير الية الدراسات فأن العائد من يتبنى الاقتصاد الرقمي لن يقف فقط عند معالجة التحديات والمشاكل الملحة الحالية كاستنزاف الاعتماد على الموارد الطبيعية والبطالة والكفاءة والفاعلية الحكومية وغيرها ولكنها سيساهم في تحسين القدرة على تحقيق اهداف التنمية المستدامة التي اقرتها الأمم المتحدة.[2]

مما تقدم يتبين هناك تشابه في جانب واختلاف في جانب اخر بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الالكترونية فالاقتصاد الرقمي يغلب عليه الطابع الدولي (العالمي) ويساعد اقتصاد الدولة على الاندماج مع الاقتصاد العالمي من خلال الوصول الى الأسواق العالمية وخلق وزيادة فرصة التجارة العالمية .

المطلب الثاني : التجارة الالكترونية (الخصائص وشروط النجاح والاثار الاقتصادية)

ان التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الاعلام وسمح باستحداث وسائل جديدة تعد اكثر ملائمة لمتطلبات التجارة الالكترونية بمفهومها الشامل الذي يتضمن اجراء كافة أنواع المعاملات باستخدام الطرق الالكترونية.

وهناك بشكل عام مبادئ وأسس للتحول الالكتروني (المساهمة في تحقيق اهداف التنمية المستدامة، التطوير المستمر لشبكات الاتصالات الرقمية، تعزيز خدمات الانترنيت ومنصات الاتصال، وضع سياسة ولوائح من اجل ضمان استدامة البيئة الراعية لازدهار الاقتصاد الرقمي والحفاظ عليها، البناء من اجل الاستدامة).[3]

---

[1] الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي، جامعة الدول العربية، ط1 ، فبراير 2019 ، مصر، ص10.

[2] اهداف التنمية المستدامة هي لتحقيق مستقبل افضل واكثر واستدامة للجميع ، وضعت من قبل الأمم المتحدة للتصدي للتحديات العالمية بما في ذلك المتعلقة بالفقر وعدم المساواة والمناخ والتدهور البيئة والازدهار والسلام والعدالة بحلول 2030 للمزيد ينظر :

www.un.org/sustainabledevelopment/ar/

[3] الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي، مصدر سبق ذكره ، ص 98.

على المؤسسات ان تتبع خطة في عملها للتحول الى التجارة الالكترونية فقرار المؤسسة بالتحول الى عالم التجارة الالكترونية يتطلب منها القيام بخطة تقوم على أساس دراسة كل الإمكانيات والتحديات التي من الممكن مواجهتها ولا يتم هذا الا باتباع استراتيجية واضحة واتباع مراحل للتحول الى التجارة الالكترونية (استخدام البريد الالكتروني، الاشتراك في الانترنيت، انشاء صفحة معلومات على الانترنيت، مقر معلومات المؤسسة للتجارة الالكترونية، مقر التجارة الالكترونية للمؤسسة). [1]

ان التجارة الالكترونية حققت تغيير في النشاط التسويقي كالاتي: [2]

- العلاقة المباشرة بين طرفي العملية وإلغاء دور الوسيط بينهما مما يخلق درجة عالية من التفاعل.
- عدم وجول وجود وثائق ورقية متبادلة في اجراء وتنفيذ المعاملات لان جميع عمليات التفاعل تتم الكترونياً.
- إمكانية التعامل مع اكثر من مصدر واحد في ذات الوقت أي تتوفر إمكانات بلا حدود للتفاعل المتوازي.
- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة وهذا ما لا تحققه أي وسيلة من وسائل الاتصالات السابقة للأنترنيت.
- توفير في النفقات الإدارية فالتجارة الالكترونية تغني عن تخصيص جزء كبير من المال وهي تقييم علاقات مستمرة للبائعين والمشترين واتمام العمليات التسويقية بشكل مباشر للمستهلك.
- تكتسب التجارة الالكترونية خاصية ذات أهمية متميزة لكل من المنتجين والمستهلكين في الدول النامية حيث يمكن التغلب على الحواجز للمسافات ونقص المعلومات في الفرص التصديرية.

أولاً : خصائص التجارة الالكترونية واقسامها

أ- خصائص التجارة الالكترونية :

هناك خصائص وسمات كثيرة للتجارة الالكترونية خصوصاً مع التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي جعلت التجارة العالمية اسهل بكثير عما كانت عليه في السابق ويمكن ابرازها فيما يلي:[3]

- الطابع العالمي للتجارة الالكترونية : أي الأنشطة تتميز بطابع عالمي لا تعرف حدود مكانية واي نشاط تجاري يقدم سلعاً او خدمات على الانترنيت لا يعني بالضرورة الانتقال الى منطقة جغرافية بعينها.

[1] احمد عبدالله العوضى ، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية ، مجلة الاقتصاد والمجتمع ، العدد 6، الكويت ، 2010، ص174-177.

[2] توفيق حلمي ، الابداع والتجارة الالكترونية في ظل عالم متغير مقدم الى مئتمر الابداع وافتصاد المعرفة ، جامعة البتراء ، الأردن ، اذار 2005 ، ص8 لو باسمة ص217.

[3] إبراهيم بختي، مصدر سبق ذكره ، ص67.

- الطابع المتداخل في التجارة الالكترونية: ان الفوارق في التجارة الالكترونية أصبحت اقل وضوحاً وحدة وأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقة التقليدية او الكترونية.
- غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارية: أي بدأ التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونياً دون ان تبادل مستندات ورقية على الاطلاق.
- عدم الكشف عن هوية المتعاملين: أي يتم التعامل بين اطراف قد يفصل بينهما دول واختلاف في التوقيت وغياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض.
- سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الالكترونية : اتساع حجم نطاق التجارة الالكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظراً لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الالكتروني.

ويرى البعض بان التجارة الالكترونية تتميز بخصائص تتمثل بـ(عدم استعمال المستندات الورقية اثناء عمليات التبادل التجاري والمالي وانما تتم الكترونيا ، امكانية التفاعل بين اطراف التعاون وبصورة جماعية، امكانية تدفق المعلومات بين طرفي المعاملات من خلال التبادل الالكتروني للبيانات وباستطاعة عملاء احدى الشركات الدخول الى قواعد بياناتها ، انتهاء دور الوسيط في المعاملات ، امكانية اجراء المعاملات التجارية بصورة كاملة من الاعلان عن السلعة وصولا الى تسليمها الى العملاء ، ان التجارة الالكترونية لا تتم على نطاق محلي مغلق بل على نطاق العالم كله ، وجود تشريعات متكاملة تنظم التجارة الالكترونية) بالإضافة الى هناك مزايا عدة للتجارة الإلكترونية من بينها : [1]

- تقدم عائدات اكبر للشركات
- سرعة التسوق ومقارنة الاسواق
- العمل الجماعي
- حرية الاختيار
- الوصول الى العالم باكمله
- توفير الجهد والوقت ،
- نيل رضا المستخدم

ب-اقسام التجارة الالكترونية

تنقسم من حيث طبيعة التعاملات الى عدة اقسام هي: [2]

[1] ميس اسعد غيد الحسن وهناء عبد الغفار ، تقييم مدى جاهزية العراق لدخول التجارة الالكترونية ، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية ، العدد (69) ، بغداد ، 2021 ، ص71.

[2] سعد غالب وبشير عباس، الاعمال الالكترونية، دار المناهج، ط1، الأردن، 2004، ص18.

- ❖الشركة للشركة (BUSINESS TO BUSINESS) .
- ❖الشركة للمستهلك (business to consumer).
- ❖المستهلك للمستهلك (consumer to consumer) .
- ❖المستهلك للشركة (consumer to business) .
- ❖الشركات للمنظمات (business to administration).
- ❖المستهلك للمنظمات (consumer to administration).
- ❖ التجارة الالكترونية غير الربحية (non business) .
- ❖ التجارة الالكترونية ضمن المؤسسات.

اما البعض الاخر يقسمها الى (بين شركة تجارية وحكومة ، بين حكومة ومستهلك ، بين مستهلك ومستهلك وسنوضح انواع التجارة الالكترونية من خلال الجدول ادناه باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل coppel.

جدول رقم (1) يوضح انواع التجارة الالكترونية حسب مصفوفة كوبل

	حكومة	شركة	مستهلك
حكومة	حكومة لحكومة G2G	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمستهلك C2C

المصدر : محمد طاهر نصير ، التسويق الإلكتروني ، دار الحامد، عمان ، 2005، ص44.

ثانيا : شروط نجاح التجارة الإلكترونية وعيوبها

1- شروط التجارة الالكترونية :

هناك عدة من الشروط الواجب توافرها لإنجاح التجارة الالكترونية:[1]

أ- توفر بنية متطورة للاتصالات ونظم جيدة لإدارتها وبالأخص زيادة إمكانات الاتصالات عن بعد.

ب-توفر التسهيلات اللازمة للوصول الى الانترنيت بكلفة معقولة ومتاحة لأكثر افراد المجتمع بما في ذلك الحصول على أجهزة الحاسوب.

ت- توفر بيئة قانونية وتشريعات توفر الحماية والأمان للموارد البشرية في هذا الموضوع بما في ذلك حماية المستهلك من التلاعب وحماية حقوق الملكية الفكرية وتنظيم المسائل المتعلقة بالضرائب وكل ما من شأنه ان يساهم في تشجيع دخول الشركات والافراد في ثورة المعلومات.

ث- توفر الخدمات المصرفية المناسبة والملائمة لطبيعة التعاملات مع شبكة الانترنيت وتوفير إجراءات الأمان في تعاملات البنوك والعملاء مع تأمين رقابة فعالة .

ج- وجود قوة بشرية مؤهلة وقادرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات بكفاءة وتطوير مناهج التعليم والتدريب في هذا المجال عموما وبالأخص في التجارة الالكترونية.

ح- نشر الوعي العام بين جمهور المجتمع ولدى الحكومات للتعريف بأهمية تكنولوجيا المعلومات وما يمكن ان تحققه من منافع.

مما سبق نرى ان نجاح التجارة الالكترونية يعتمد على وجود البنية التحتية المتطورة التي اشرنا اليها والتي تعتد على تكنولوجيا الحاسوب وشبكات المعلومات والاتصالات اللاسلكية والسلكية التي تتطور بسرعة مذهله.

2- عيوب التجارة الالكترونية التي تتمثل بالاتي[2]:

أ- سرقة البطاقة الائتمانية او تزيفها مما يؤدي الى تحمل أصحابها تكاليف لم يتم بشرائها سلع وخدمات.

ب- غياب التعامل الورقي في التجارة الالكترونية يهدد مصالح العملاء والشركات نتيجة إمكانية حدوث تزوير البيانات والتلاعب بالفواتير.

ت- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الالكترونية نظراً لصعوبة العلاقة المباشرة بين العملاء ويتم ابرام العقد عبر الدول.

ث- استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية .

ج- حدوث اختراقات في شبكة الانترنيت يؤدي الى فضح اسرار العملاء والبنوك والشركات

[1] عبد العزيز عبد الرحيم ، التبادل التجاري والعولمة والتجارة الالكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ،2004، ص57.

[2] محمد صالح الحناوي واخرون ، مقدمة في الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 2004، ص169.

بالإضافة الى ذلك هناك معوقات وسلبيات على الرغم من ان الجارة الالكترونية توفر الكثير من المزايا والخصائص الا ان هناك بعض المعوقات تتمثل بـ(عدم كفاية عناصر الامان بالنسبة لوسائل السداد ، التعارض بين تشريعات الدول ، تأثير التجارب السيئة لعمليات النصب ، نقص الوعي والتعليم، عدم القدرة على تحصيل الضرائب والرسوم ، انعدام الثقة ، ساهمت بتزايد نسبة البطالة ، صعوبة فض النزاعات).[1]

ثالثاً: الاثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

بحكم التطور السريع الذي حصل في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قاد الى ان جعل موضوع التجارة الالكترونية يندرج ضمن جدول اعمال منظمة التجارة العالمية وقد اسفر ذلك عن وضع قانون للتجارة الالكترونية تستعين به الدول في صياغة قوانينها الوطنية التي تنظم من خلالها معاملاتها التجارية وكيفية اثبات صحة المعلومات والمستندات التي تستخدم في التجارة الالكترونية فتطور المعلومات اسهم في تطور التجارة الالكترونية على المستوى العالمي والدولي، حيث أصبحت التجارة الالكترونية قوة اقتصادية تنافس الأنشطة الاقتصادية التقليدية في تحقيق النمو الاقتصادي فضلا عن ان التجارة الالكترونية تؤدي الى زيادة تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية نتيجة لدخول المعرفة والمعلومات كأصل من أصول رأس المال ، ويتبين ان التجارة الالكترونية تمارس تأثيراً واضحا في التنمية الاقتصادية وفي مختلف المجالات وهي كالاتي: [2]

❖ اثرها على قطاع الاعمال: هناك فوائد كثيرة على مستوى قطاع الاعمال والمؤسسات التجارية خصوصا المؤسسات التي تعتبر الوسائل الالكترونية هي العامل الأساسي في تسويق منتجاتها ومن اهم هذه الاقتصادية هو توسيع نطاق السوق كون التجارة الالكترونية تعمل على توسيع نطاق السوق المحلي وكذلك إمكانية الوصول الى الأسواق العالمية ومن الممكن خلق أسواق جديدة لم يكن بمقدور المؤسسات ايجادها في ظل التجارة التقليدية أي تعمل التجارة الالكترونية على سد الفجوة بين المنتجين والمستهلكين وزيادة حدة المنافسة بين المنتجين.

❖ اثرها على المستهلكين: هناك فوائد كبيرة تعود للمستهلك باعتباره شريك في عملية التجارة التي تتم عبر الانترنيت وتتمثل الفائدة بأربع جوانب وهي (سرعة وسهولة التسويق ، تعدد الخيارات امام المستهلك، انخفاض سعر السلعة وسرعة الحصول على المنتجات في ظل تنوع وتعدد المنتجات الموجودة على المواقع التجارية الالكترونية ، السرعة والسهولة في تبادل المعلومات بين المستهلكين انفسهم حيث توفر شبكات الانترنيت لتبادل المعلومات).

[1] ميس اسعد عبد الحسن وهناء عبد الغفار ، مصدر سبق ذكره ، ص 73.

[2] محسن خضير عباس ومصطفى ارشد علي ، مصدر سبق ذكره، ص65-66-67.

❖ اثرها على الاستثمار: هناك أهمية كبيرة للتجارة الالكترونية على مستوى قطاع الاستثمار سواء اكان الاستثمار محلي او اجنبي وبالتالي تحقيق مستوى عالي من النمو الاقتصادي بعد توفر المناخ الاستثماري المناسب والبيئة الجاذبة وتوفير كافة مقومات الاستثمار وهنا يأتي الدور الأساسي للتجارة الالكترونية في توفير الشفافية والافصاح الكامل للمعلومات المتعلقة بالبيئة الاستثمارية كما تسهم التجارة الالكترونية في انخفاض تكاليف الاستثمار وترشيد القرار الاستثماري كما توفر الجهات الحكومية التي يقع على عاتقها مهمة تشجيع الاستثمار في استخدام التكنولوجيا الحديثة في تنفيذ برامجها الاستثمارية.

❖ اثرها على التوظيف والتشغيل: ان اهم واخطر المشاكل التي تعاني منها اغلب الدول هي مشكلة البطالة وتعمل جاهدة على إيجاد حلول مناسبة لها من خلال التوظيف وإيجاد فرص العمل اللازمة لأفراد المجتمع وسوف تكون التجارة الالكترونية عاملاً مهماً في زيادة الطلب على العمال في الأنشطة الاقتصادية في جميع الدول.

❖ اثرها على المستوى القومي: تمارس التجارة الالكترونية اثاراً كبيراً على مستوى الاقتصاد القومي للدولة ومن أهمها دعم التجارة الخارجية أي زيادة فرص الصادرات كما وتساهم في عملية دعم التنمية الاقتصادية حيث تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم محور أساسي في عملية التنمية لكنها تعاني من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة لها للوصول بها الى مصاف الأسواق العالمية لذلك تعد التجارة الالكترونية واحدة من الأدوات الفعالة التي تحقق لهذه المشاريع القدرة على المشاركة في التجارة الدولية بكفاءة وفاعلية عالية وتوفير الوقت والمكان لتحقيق معاملاتهم التجارية، إضافة الى ذلك فان التجارة الالكترونية تعمل على دعم التوظيف وإقامة فرص عمل جديدة وبالتالي مع تطور واتساع نشاط التجارة الالكترونية يكون هنالك فرص استثمارية لأصحاب رؤوس الأموال في تحسين وتطوير البنى التحتية وستكون هناك استثمارات كبيرة تعمل في مجال قطاع المعلومات والاتصالات وشبكة الانترنيت.

المطلب الثالث : مستقبل التجارة الالكترونية وتطبيقاتها

ان التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشهدها العالم يتمخض عنها نوع جديد من الاقتصاد وهو الاقتصاد الرقمي او بالتجارة الالكترونية الذي اصبح يلعب دوراً هائلاً في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال خلق فرص استثمارية حقيقية في جميع المجالات فضلاً عن تحقيق الشمول المالي وبما يدعم الاقتصادات في مواكبة الحداثة الاقتصادية العالمية ، كما غيرت طبيعة النشاطات الاقتصادية واسس النمو الاقتصادي وأصبحت الان احد العوامل الداخلية والاساسية في معادلة النمو الاقتصادي وأصبحت الحياة الرقمية (التجارة الالكترونية) تفرض نفسها على المجتمع ومن اهم معالم الاقتصاد الرقمي هي التجارة

الالكترونية المتمثلة بالتسوق عبر الانترنيت الذي يتيح للمستهلك زيادة الكثير من الأسواق والشركات والمنتجات وكذلك شراء السلع والخدمات وان هذا النوع من التجارة هو الأهم خلال المرحلة الحالية.

تلعب التجارة الالكترونية دوراً رئيسياً في عولمة الاقتصاد العالمي وتوجد طريقة ثورية جديدة لممارسة الاعمال التجارية من خلال تقليص المسافات وجعل الشركات اقرب الى أسواق التوزيع وتوفر التجارة الالكترونية الوسائل لتجارة اقل كلفة واكثر كفاءة تسمح للشركات الدخول الى الأسواق العالمية وفي غضون بضع سنوات لن تظل التجارة الالكترونية مجرد خيار فاغلب عمالقة التجارة ينجزون تجارتهم الالكترونية على نحو متزايد لذلك اصبح مفروضاً على الدول النامية لتكون من ضمن الدول التي تندمج في السوق العالمي الجديد .

تشير التجارة الرقمية إلى تبادل السلع والخدمات والمعلومات التي تتم عبر الشبكات الرقمية، وهي تشمل العديد من الأنشطة عبر الإنترنت بما في ذلك الشراء وبيع السلع والخدمات، ويمكن أن يشمل ذلك المنتجات المادية والمنتجات الرقمية وتتم المعاملات عبر المنصات الإلكترونية أو تطبيقات الهاتف المحمول، وكانت التجارة الرقمية محدودة نسبيا؛ بسبب القيود التكنولوجية والوصول المحدود إلى الإنترنت ومنصات التجارة الإلكترونية الناشئة، ومع التقدم الحاصل في تكنولوجيا المعلومات وزيادة انتشار الإنترنت وتحسين البنية التحتية الرقمية تغيّر الوضع بشكل كبير، وحدث توسّع ملحوظ في التجارة الرقمية بعد التقدم التكنولوجي الذي شهدته شبكات البنية التحتية للبيانات، جنباً إلى جنب مع زيادة اتصال الاستخدام العالمي الواسع النطاق للأجهزة الخلوية في جميع أنحاء العالم، وتمكنهم من الارتباط أو التواصل بسلاسة مع بقاع الدنيا ومختلف المواقع، مما يسهل التداول بطرق متنوعة لجميع الأطراف المعنية، وقد مكّن ذلك فتح آفاقاً جديدة للتجارة الرقمية، وبرزت التجارة الرقمية كقوة قادرة على تغيير مسارات الأعمال التقليدية، مما أتاح إمكانية واسعة في استراتيجيات التجارة الرقمية، و إدخال الأسواق الواسعة عبر الإنترنت من قبل رموز ، فضلاً عن ذلك لعب تطوير الخدمات الرقمية دوراً مهماً في نمو هذه التجارة، إذ شملت الخدمات الرقمية مجموعة واسعة من القطّاعات.[1]

قد يكون من الصعوبة في الوقت الحاضر ضبط ومتابعة التعاملات التجارية وطبيعة توجهاتها وتفاصيل مفرداتها على شبكة الانترنيت وبالتالي هناك صعوبة في قياس حجم التجارة الالكترونية ومع ذلك يمكن الاستفادة من بعض البيانات المتوفرة التي قد تعطي صورة عن تطور هذه التجارة في الوقت الحالي ولا شك من ان التجارة الالكترونية تتميز بفعالية عالية في تقديم الخدمات لتحسين المبادلات التجارية وتعزيز دور اقتصادات الدول في النظام التجاري العالمي كما انها ستعمل على تغيير الكثير من العلاقات الاقتصادية ولم يعد فيه

[1] وفاء فوزي ، التجارة الرقمية في العراق: التحديات والفرص ، مركز البيان للدراسات والتخطيط ، تموز / 2023 ، ص4، .pdf

المكان محددا ببعد جغرافي ومع ذلك فان التجارة الالكترونية قد تواجه عددا من التحديات في بعض الدول التي سوف نذكرها لاحقا وهناك سعي حثيث من قبل الدول المتقدمة والمنظمات الدولية ذات العلاقة لتجاوزها نظرا لما تتمتع به التجارة الالكترونية من مزايا مهمة يمكن ان تعبر عن اهميتها الاقتصادية من اهمها سهولة الوصول الى الاسواق العالمية ، امكانية مقارنة الاسعار التي تقدمها عدة شركات ، تعزيز الشفافية الاقتصادية في الاسواق ، اختصار الوقت والجهد ، تقصير المسافات الجغرافية ، توفير الفرص بحرية الاختيار على مختلف انواع الشركات على الانترنيت ، تخفيض كلفة المبادلات التجارية ، تطوير الاداء التجاري والخدمي ، ايجاد مصادر دخل جديدة ، فتح الطريق امام الاقتصادات الوطنية للاندماج بالاقتصاد العالمي للاستفادة من الفرص الاقتصادية التي يتيحها واصبحت الدول في سباق من اجل اجراء الاصلاحات الهيكلية التي تتناسب مع التطورات واكتسبت الكثير من هذه الدول تجارب عملية وملموسة ويمكن الاستفادة من مضامينها وتوجهاتها المختلفة.[1]

شهدت التجارة الالكترونية انتشارا واسعا في الاونة الاخيرة واصبحت احد اهم انشطة في الاقتصاد الرقمي وباتت تلعب دورا بارزا في تيسير عمليات واسعة النطاق في التبادلات التجارية على خصوصا بعد جائحة كوفيد- 19 وهو ما ساهم في زيادة قيمة تعاملات التجارة الالكترونية لتصل نحو 25 تريليون دولار امريكي في عام 2020 وفقا لأحصاءات مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) ، وفي ذات الوقت شهدت التجارة الالكترونية تباين في النمو بين الدول المتقدمة والنامية فعلى سبيل المثال زادت مستويات انتشار التسوق الالكتروني في الدول المتقدمة الا انها في الدول النامية لا تزال تواجه العديد من التحديات التي تعويقها من الاستفادة من الفرص التي تتيحها التجارة الالكترونية نتيجة الافتقار الى البنى التحتية في القطاع التقني وارتفاع كلفة مستويات الاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات ذات النطاق العريض ، بالإضافة الى ذلك في الدول المتقدمة هناك ضخامة في حجم انشطة التجارة الالكترونية الا ان حجمها في الدول العربية لا يمثل سوى نسبة بسيطة تبلغ حوالي 1% من اجمالي التجارة العالمية وفق احدث البيانات وهو ما يستلزم بذل المزيد من الجهود للاستفادة من تسارع نمو انشطة التجارة الالكترونية في فتح افاق اوسع لمؤسسات الاعمال العربية ومشاركة الدول العربية بشكل فعال في انشطة الاقتصاد الرقمي .

اولاً: واقع تطبيقات التجارة الالكترونية على المستوى العالمي:

[1] ستار جبار خليل، الاهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية وامكانية تطبيقها في العراق مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية ،العدد 27، العراق ، ص267-268.

تعد الثورة التكنولوجية والمعلوماتية هاملا رئيسا في تنمية التجارة الالكترونية وزاد اهتمام العالم بالتجارة الإلكترونية مع تطول التقنية في العالم وأصبحت التجارة الالكترونية مجالاً لا يمكن تجاهله من طرف الافراد والشركات التي لا بد لها ان تساير التطورات الحديثة في مجال التكنولوجيا والمتغيرات التي يفرضها السوق وعلى الصعيد العالمي فأن الدول الاوربية هي من تهيمن على التجارة الالكترونية في العالم وتلتها الولايات المتحدة الامريكية وقد اوجبت منظمة التجارة العالمية ان لا تفرض الدول الاعضاء رسوما كمركية على الاتصالات الالكترونية عبر شبكة الانترنيت والمكالمات الهاتفية والبريد الالكتروني او اجزاء الحاسوب عندما تعبر الحدود وقامت المنظمة بتعديل القوانين في حقوق الفكرية لديها من خلال تضمينها قوانين تتعلق بتأطير التجارة الالكترونية في لوائحها واتفاقياتها .[1]

اذ نما حجم التجارة الالكترونية بسرعة في الآونة الاخيرة ولا سيما بعد جائحة كوفيد 19 الذي ساهمت في سرعة التحول نحو التجارة الالكترونية حيث سعة الجميع التغلب على مختلف اجراءات الاغلاق وقيود السفر بالتسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات حيث بلغ اعداد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات في العالم 1.5 مليار شخص في عام 2020 مقارنة في عام 2019 الذي بلغ بنحو 1.4 مليار شخص أي بزيادة 7% ، وحسب احصاءات مؤتمر الامم المتحدة للتجارة التنمية (الاونكتاد) تشير التقديرات الى ان حصة التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات ارتفعت الى ما 17% من اجمالي مبيعات قطاع التجزئة على مستوى العالم في عام 2020 مقارنة بحصة بلغت نحو 13 % في عام 2019 ، اما فيما يتعلق قيمة انشطة التجارة الالكترونية حسب تقارير الاونكتاد في عام 2021 الى ان قيمة مبيعات التجارة الالكترونية ارتفعت بنسبة 8% لتبلغ حوالي 26.7 تريليون دولار امريكي في عام 2020 ما يعادل 30% من الناتج الاجمالي العالمي مقارنة بنحو 25.6 تريليون دولار امريكي في عام 2019.[2]

تشير الإحصاءات الدولية بوضوح مساهمة الاقتصاد الرقمي في اكبر واهم اقتصادات الدول المتقدمة والناشئة عالمياً فقد بلغت مساهمة الاقتصاد الرقمي في الاقتصاد الأمريكي اكثر من 1,2 تريليون دولار فيما أعلنت الصين انه يساهم في ثلث الاقتصاد الصيني أي ما يقارب 3.8 تريليون دولار كما جاءت دراسة لمؤسسة آي دي سي بالتعاون مع شركة مايكروسوفت شملت 1560 من صناع القرارات التجارية في 15 دولة من دول

[1] ستار جبار خليل ، المصدر السابق ، ص270

[2] جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام ، التجارة الالكترونية صندوق النقد العربي ، العدد (20) ، الامارات المتحدة ، 2021، ص19.

منطقة اسيا والمحيط الهادي بأن قيمة الاقتصاد الرقمي في هذه المنطقة ستبلغ 1,16 تريليون دولار امريكي بحلول عام 2021 وهو ما يمثل 60% من اجمالي الناتج المحلي وذلك بالمقارنة مع 6% في عام 2016.[1]

وجدت مؤسسة آي دي سي ان بعض المنتجات والخدمات الرقمية التي تمثل ممكنا رئيسيا للتجارة الالكترونية ستنمي الناتج المحلي للمنطقة بنسبة 0,8 % سنويا وبالمثل اوجدت السوق الرقمية الموحدة في أوروبا فرصة للشركات الناشئة الجديدة واتاحت للشركات القائمة الوصول الواسع للشعوب الأوروبية والتي يبلغ تعدادها السكاني ما يزيد على ال500 مليون شخص ويقدر العائد من مبادرة السوق الاوربية الرقمية المشتركة الكبيرة والمعروفة بعنوان " السوق الرقمي الموحد" بمبلغ 415 مليار سنويا في الاقتصاد الأوربي مما يساهم في إيجاد الوظائف وتطوير خدماتها العامة وبالنظر للواقع العربي سنجد ان الاقتصاد الرقمي لا يتعدى مساهمته ال4% من الناتج المحلي الإجمالي للعالم العربي مقارنة مع المعدل العالمي البالغ 22% أي انه وبنظره إيجابية يمكن للعالم العربي ان يحقق قفزات تنموية هائلة اذا ما احسن استغلال الفرص التي يوفرها الاقتصاد الرقمي.[2]

وسوف نتطرق الى تجربة فرنسا في التجارة الإلكترونية بشكل مختصر فيتبن مع تسارع الثورة الرقمية والتي تعطل كامل النشاط البشري وتسريع ظهور فضاء رقمي عالمي وإيجاد بيئة جديدة بحد ذاتها لإدارة العلاقات الدولية ، واعتبرت فرنسا التكنولوجيا الرقمية هي قضية رئيسية في سياستها الداخلية والخارجية وللعمل المؤسسي في القطاعين العام والخاص ، وفي هذا الإطار قدم وزير الخارجية الفرنسي الإستراتيجية الفرنسية الدولية المتعلقة بالقطاع الرقمي لتكون إطار مرجعي وخطة طريق دبلوماسية للسنوات القادمة وارتكزت الإستراتيجية على ثلاث محاور رئيسية وهي الإدارة ، الاقتصاد والأمن وتهدف فرنسا من خلال طرحها لهذه الإستراتيجية من جعل فرنسا مركزا للتميز في العالم الرقمي وضمان ألأمن والاستقلال الاستراتيجي لفرنسا في العالم الرقمي وإيجاد عالم رقمي يضمن استقلاليته بحيث يحفظ تنافسية وحقوق اللاعبين الرئيسين في هذا القطاع ، لذلك ركزت الإستراتيجية الفرنسية في الرقمنة على قطاعات عدة اهمها الاقتصاد الرقمي الفعال كون فرنسا تتمتع بنظام نشط لبيئة الأعمال للمشاريع الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة من الشركات الناشئة والشركات الرقمية، ويمثل القطاع الرقمي قطاعًا اقتصاديًا رئيسيًا، ويسهم بشكل كبير في النمو والتوظيف وتعمل الشركات والإدارات والخدمات العامة الفرنسية على التحول الرقمي لتحسين كفاءتها وإتاحتها من خلال الوصول إلى العديد من الإجراءات الإدارية عبر الإنترنت، مما يبسط الإجراءات للمواطنين والشركات بالإضافة الى

[1] الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي ، مصدر سبق ذكره، ص11.

[2] السوق الرقمية الموحدة لأوروبا، للمزيد من المعلومات ينظر الى :

www.ec.europa.digital-market/en/politicies/shoping-single-market.

البنى التحتية كون فرنسا تتمتع ببنية تحتية رقمية جيدة، مع نشر واسع للألياف البصرية للوصول إلى الإنترنت عالي السرعة ، وتهدف مبادرات (خطة فرنسا للاتصالات عالية السرعة) التي أطلقتها الحكومة إلى ضمان تغطية إنترنت مثالية كافة أرجاء فرنسا [1].

توصل مفاوضي مجلس المفوضية والبرلمان الأوربيين بتاريخ 18 كانون الثاني 2020 إلى اتفاق مؤقت حول برنامج جديد (لأوربا الرقمي) والذي يسعى إلى تعزيز نشر التكنولوجيا المتقدمة على نطاق واسع كالذكاء الاصطناعي والوسائل الأكثر تطورا في الأمن السيبراني بهدف الإسراع في التحول الرقمي للمجتمعات والاقتصاديات الأوربية وسيمتد تنفيذ هذا البرنامج ، وان الميزانية المرصودة لهذا البرنامج للمدة 2021 – 2027 بميزانية تبلغ (7588) مليون يورو وقد ذكر السيد وزير الاقتصاد والطاقة الفدرالي الألماني بان بناء وتعزيز القدرات الرقمية لأوربا سيحقق قيمة مضافة حقيقية لمواطني الاتحاد الأوربي ، وان الخدمات الرقمية أصبحت محرك رئيسي للنمو الاقتصادي ومن المتوقع أن تكتسب التقنيات الرقمية أهمية في المستقبل ومن الواضح أن القطاع الرقمي سيلعب دور أساسي في الانتعاش الاقتصادي بعد انتهاء أزمة جائحة كورونا لذا فان هذا البرنامج سيكون عنصر رئيسي في خطة الإنعاش ، واذا اخذنا فرنسا كنموذج ناجح في التجارة الالكترونية نرى انها تعمل مع مجموعة الاتحاد الاوربي على تطوير خططها وبرامجها ومؤسساتها وهياكلها الرسمية وغير الرسمية من خلال التحول من الأسلوب التقليدي في الادارة وتقديم الخدمات الى الأسلوب الحديث الذي يعتمد الرقمنة وتكنلوجيا المعلومات الرقمية والاقتصاد الرقمي في النشاطات الحيوية للدولة [2].

وسنعرض ابرز الخطط والبرامج في مجال التحول الرقمي كالمديرية الرقمية المشتركة بين الوزارات الفرنسية(DINUM) وهي مؤسسة حكومية فرنسية واحدى تشكيلات وزارة الاقتصاد والمالية الفرنسية مسؤولة عن الانخراط في تحول رقمي عميق للمؤسسات العامة في فرنسا عن فريق تعزيز المهارات الرقمية بشكل كبير وضمان السيادة الرقمية للدولة الفرنسية من خلال الاستثمار في أدوات إنتاجية رقمية متبادلة لموظفي القطاع العام الفرنسي ، وتضم مليون مستخدم من الموظفين المدنيين في جميع أنحاء فرنسا، ومهمة هذه المديرية هي تطوير الإستراتيجية الرقمية للدولة والإشراف على تنفيذها وتحسين كفاءة عمل المؤسسات الحكومية من خلال الاستفادة القصوى من الفرص والمنتجات الرقمية ، لذا فأن عمليات التحول الرقمي في جميع مفاصل القطاع العام الفرنسي يقع تحت سلطة ومسؤولية هذه المديرية وهي تمتلك هيكل مؤسسي متكامل وقاعدة بيانات رقمية ضخمة وموظفين ومختبرات وخبراء ولديها خطط وبرامج سنوية لجعل الدولة أكثر كفاءة وسهولة في تقديم

[1] Avis sur le project de portail interministeriel (diplomatie) , Le directeur interministériel des systèmes d'information et de communication de l' etat , premier minstre , paris 8/11/2012 , pdf, 3.
[2] Federation e- commerce et vente a distance (FEVAD) at the link : www.fevad.com

خدماتها وانجاز مهامها بسهولة وبدون تعقيد ، وبالإضافة الى ذلك اطلقت غرفة التجارة والصناعة الفرنسية خطط التحول الرقمي لعام 2024 تبين بها أن فرنسا هي أحدى الدول المؤسسة للاتحاد الأوربي وعضو في منظمة التجارة الدولية ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية لذلك فهي تطبق الاتفاقيات الأوربية والدولية بشأن آليات التصديق على الوثائق الصادرة من الجهات الحكومية والخاصة الفرنسية ومن ضمنها (الوثائق التجارية) والموجهة الى الخارج هو الإجراء الذي يتم من خلاله إثبات صحة التوقيع ، وصفة الشخص الذي قام بالتوقيع، وكذلك صحة الختم الذي تحمله الوثيقة , ولكن في كل الأحوال لا يشهد بأي حال من الأحوال على دقة محتوى الوثيقة [1]

الى جانب ذلك أطلقت وزارة الشؤون الخارجية الفرنسية في عام 2012 بوابة مشتركة بين الوزارات للمراسلات الدبلوماسية وترمي هذه البوابة التي تحمل اسم "الدبلوماسية" (Diplomatie) إلى دمج المراسلات المتبادلة بين الجهات الفاعلة في السياسة الخارجية الفرنسية أداة موحَدة، سواء أكانت الرسائل الرسمية والبرقيات الدبلوماسية أم المذكرات الدبلوماسية أم غيرها ، ويدمج مشروع "الدبلوماسية" من خلال المصدر المفتوح (أي عبر البرمجيات المفتوحة) وفقا للمبادئ التوجيهية الصادرة عن رئيس الوزراء، الإدارة الإلكترونية للوثائق في إطار شبكة اجتماعية مهنية، وهو يندرج في إطار استحداث أمانة عامة لتحديث العمل الحكومي (SGMAP)، وإعلان خارطة طريق للإدارة العمومية الإلكترونية (E-MAP) ويفتح هذا المشروع المجال أمام الجهات الفاعلة في السياسة الخارجية لتضطلع بدور ريادي في عملية التحول الرقمي للدولة ، ويواكب مشروع "الدبلوماسية" تنامي نفوذ الإعلام الفرنسي في الشبكات الرقمية الذي يعود بالنفع على السفارات والقنصليات كافة ، كما سيساهم في خطة العمل من أجل الدبلوماسية الاقتصادية ، إذ ستتمكن المنشآت المدعوة إلى البوابة من الوصول مباشرة إلى جزء من المراسلات الدبلوماسية وان مميزات مشروع الدبلوماسية الرقمية الذي أطلقته وزارة الخارجية الفرنسية (ينظم المشروع المعلومات الدبلوماسية لكافة مفاصل الوزارة تنظيما هرميا فالبوابة الالكترونية للمشروع ستزود متخذي القرار في الوزارة بالمعلومات المناسبة عن المهام والأنشطة التي تنجزها التشكيلات الإدارية والمالية والاقتصادية والسياسية التي يديرونها بسرعة وبسهولة من خلال التمييز بوضوح بين الرسائل التنفيذية ومختلف أنواع الوثائق الأخرى ، تلبية احتياجات موظفو الإدارة العامة في الوزارة وفي نفس الوقت يعد عاملا من عوامل زيادة الإنتاجية لديهم بفعل معالجة الاختناقات والتلكؤ في تنفيذ الأوامر نتيجة للمتابعة والمراقبة المستمرة ، سيتيح تسجيل شبكات مهنية حقيقية في فضاءات رقمية مخصصة بعمل الوزارة وتقليص عدد

[1] Direction Interministérielle du Numérique (DINUM) , MINISTÈRE DE LA TRANSFORMATION ET DE LA FONCTION PUBLIQUES, at the link https://www.transformation.gouv.fr/

الرسائل الإلكترونية غير الضرورية والوصول إلى المعلومات التي تحتاجها تشكيلات الوزارة بشكل اكثر جودة ومهنية ، وتمثل عامل ابتكار لان البوابة "الدبلوماسية" تضع المعلومات بشكل ميسر للعاملين والمستفيدين من الخدمات التي تقدمها وزارة الخارجية سواء لبقية الوزارات او المواطنين ، تدمج الحلول المادية والبرمجية الأكثر تقدما في مجال أمن نظم المعلومات بالتعاون مع الوكالة الوطنية لأمن النظم المعلوماتية) [1].

من الجدير بالذكر هنا بأن فرنسا كانت السباقة في اتخاذ قرار فرض ضرائب على الشركات الرقمية الكبرى والشركات المتعددة الجنسية المتهمة بالتهرب الضريبي حيث تبنى البرلمان الفرنسي بتاريخ 2019/7/11 قرارا جعل من فرنسا الرائدة في فرض هذه الضريبة وبلغت إيرادات فرنسا من هذا القرار مبلغ (400) مليون يورو في العام 2019 وتوصلت لعدة اتفاقيات بهذا الشأن مثل : توصل وزراء المالية لدول مجموعة السبع الكبار إلى اتفاق بتاريخ 2021/6/5 من قبل كل من المملكة المتحدة , فرنسا , ايطاليا , كندا, اليابان, ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية ومن خلاله ألتزمت هذه الدول بإيجاد ضريبة دولية بنسبة (15 %) كحد أدنى على أرباح الشركات مستهدفة بشكل رئيسي فيها المجموعات الكبرى الرقمية facebook , google apple amazon,) والشركات متعددة الجنسيات والأكثر ربحية والتي تدفع ضرائب ضئيلة مقابل مكاسب ضخمة من خلال إقامة مقراتها في دول تكون فيها ضريبة الشركات ضئيلة جدا أو معفاة من الضرائب ، ويأتي هذا الاتفاق في إطار جهد عالمي أكثر اتساعا بهدف منع هذه الشركات من تحويل إرباحها إلى الخارج لتفادي دفع الضرائب وتسعى هذه الدول الحصول على اتفاق أكثر اتساعا وانضمام دول أكثر لهذا الاتفاق خلال اجتماعات مجموعة العشرين المزمع انعقادها خلال شهر تموز القادم ليتسنى لها التوسع على مستوى 140 دولة المنظمة لمنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي ، و الاتفاق بين الحكومتين الفرنسية والبريطانية بتاريخ 2018/7/9 يمتد لخمسة سنوات يهدف إلى دعم وتنمية التقنيات الإستراتيجية سريعة التطور كالذكاء الاصطناعي والرقمنه او الأنظمة المستقلة وتضمن الاتفاق إعادة تأكيد التزام البلدين على احترام حيادية الانترنيت إدراكا من فرنسا وألمانيا لأهمية الاستخدام الرقمي في تنفيذ سياساتهم في المجالات الزراعية والغذائية حيث الاستخدام الرقمي في هذه المجالات تعتبر وسيلة مهمة لتحسين الإنتاجية وتسهيل التحول البيئي للأنظمة الزراعية وتحسين إمكانية التتبع في السلسلة الغذائية وزيادة ثقة المستهلكين [2].

وان الاستخدام الفعال للوسائل الرقمية يتطلب جمع وتبادل كافي للبيانات للسماح بإيجاد ابتكارات فعالة لتقنياتها وبشكل خاص إمكانية تطوير وسائل المساعدة في اتخاذ القرارات اعتمادا على الذكاء الاصطناعي مستنده على البيانات الأوربية ، وهذا التبادل للمعلومات يتطلب ضمان السرية والوصول إلى البيانات مع

[1] Avis sur le project de portail interministeriel (diplomatie) , op cit, p4-6.
[2] Avis sur le project de portail interministeriel (diplomatie) , op cit , p6.

احترام التشريعات المتعلقة بحماية المعلومات اتفقت كلتا الدولتين بتعزيز التعاون في هذا المجال وان العديد من الزراعيين والعاملين في المجال البحثي سيعملون بنشاط وستعمل الدولتين على تعزيز التعاون في تبادل خبراتهم من خلال تشكيل مجموعة عمل موحدة والتي ستقوم بتقييم أنشطة البلدين في هذا المجال[1] .

ولقد فرضت التجارة الالكترونية نفسها خلال العقد الفائت بوصفها الطريقة المستقبلية لممارسة التجارة فقد قطعت الدول التجارية العملاقة (الاتحاد الأوربي والولايات واليابان) شوطاً طويلا في التجارة الالكترونية كم الشركة الى الشركة وكل شي يشير الى ان هذه الدول ستستخدم على نحو متزايد هذه الوسيلة الفعالة في ممارسة الاعمال التجارية وسوف تفضل الشركات الموجودة على الانترنيت وتسهل الاتصال بهم لذلك فان الشركات التي لا يمكن الوصول اليها بسهولة في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، كما ويتيح الانترنيت المجال للشركات في الدول النامية الوصول الى الأسواق ذات القوة الشرائية الكبيرة كتلك التي في الولايات وأوروبا فمن خلال مواقعها على الشبكة تستطيع الوصول بسهولة الى المغتربين الكثيرين الذين يعيشون في تلك الدول والذي يكون لديم طلب على منتجات اوطانهم فضلاً عن ممارسة الاعمال التجارية على الانترنيت توفر للشركات إمكانية الحصول بشكل ملائم على افضل نوعيات المواد الأولية والسلع الرأسمالية وفي الوقت نفسه يتمتع المستهلكون بفوائد مماثلة وان القدرة على الاختيار يستطيع المستهلكون التأثير في نوعية وسعر السلع التي يتبايعونها و احد الأمثلة عن مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمستهلك المزادات العلنية على الانترنيت التي هي بمثابة أسواق افتراضية تجمع اعداداً لا تحصى من البائعين والمشترين .[2]

وكانت جائحة كوفيد- 19 تأثير اقتصادي بعيد المدى وعميق بما في ذلك التجارة الدولية وادى الى انكماش حاد في احجام التجارة العالمية وعلى النقيض مما حدث في التجارة الالكترونية فاعتماد طرائق تجارية جديدة لم يكن له تأثير على احجام التجارة العالمية الرقمية وازدادت التجارة الالكترونية في جائحة كورونا وحدث نمو كبير فيها على الصعيد العالمي واستمر الى ما بعد الجائحة والدخول في حقبة جديدة في التجارة الاقليمية

[1] Les métiers du commerce, de la vente et de la grande distribution, des Chambres de commerce et d'industrie, at the link :https://www.cci.fr /

[2] باسمة علي احسان، مصدر سبق ذكره، ص19-20.

واوضحت الجائحة اهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تمكين النشاط الاقتصادي من الاستمرار في دول العالم .[1]

ثانياً : واقع تطبيقات التجارة الالكترونية على مستوى اقتصادات الدول العربية

أصبحت التجارة الالكترونية (الرقمية) مجالاً ذا اولوية لمعظم الدول من حيث الجهود المبذولة ووضع خطط ورسم سياسات لتعزيز وتطوير مؤشرات التجارة الالكترونية وتقسيماتها وتطوير المشاريع لتسهيلها ولا زالت هناك دول عربية متخلفة في مجال الاعمال الالكترونية فاغلب المتعاملين بالتجارة الالكترونية تتركز مشترياتهم في شراء برامج وأجهزة الحاسب الالي بنسبة تزيد عن 70% ويعود ذلك لقلة المواقع العربية من مساحة الاستخدام على مستوى شبكة الانترنيت وسنحاور تسليط الضوء على وضع التجارة الالكترونية في الدول لعربية ومدى مواكبتها للتطورات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

شهد قطاع تكنولوجي المعلومات والاتصالات في الدول العربية نموا سريعا خلال السنوات الماضية وازداد استخدامها في القطاع الاقتصادي والاجتماعي وازدهرت الخدمات الالكترونية ولكن تبقى الجهود المبذولة ضعيفة بالمقارنة مع الدول التي هي جزء من التجارة الالكترونية بالاضافة الى التعامل مع شبكة الانترنيت اصبح ضروري في مجال هذا النوع من التجارة ويلاحظ وجود تأخر نسبي في معدلات استعمال الانترنيت ويظهر ضعف في الوصول الى الانترنيت ذات النطاق العريض بشكل واضح في معظم الدول العربية وبالنسبة لحقوق الملكية الفكرية وقعت معظم الدول العربية على المعاهدات الدولية لحماية حقوق الملكية الفكرية في الدول العربية والنامية وقامت هذا الدول بوضع استراتيجيات وخطط لتنمية القدرات التكنولوجية والمعلوماتية من اجل الدخول الى عالم الرقمنة والتحول الى مجتمع المعلوماتية [2] .

تؤثر التجارة الالكترونية في القدرة التنافسية وحركية المشاريع التجارية وسلوك المستهلكين في الدول وفي الوقت الحالي ان الدول النامية لا تمتلك القدرة على التوسع بسبب الأسواق المحدودة وستخلق التجارة الالكترونية اسواقاً جديدة بتوسيع نطاق تغطيتها وبالتالي حجم اعمالها وان الاندماج في الاسواق الالكترونية

[1] دراسة حول قياس التجارة الرقمية الدولية في المنطقة العربية ، منظمة الاسكوا ، 2022، ص8.

[2] طرشي محمد و بوفليح نبيل ، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد (19) ، الجزائر ، 2018، ص42-43.

العالمية سوف يمكن المستهلكين المحلين من الوصول الى الأسواق الدولية وزيادة القدرة التنافسية للدول النامية في التجارة العالمية تكون من خلال تبادل التجارب بين الدول النامية والمتقدمة.[1]

في بعض الدول العربية ولا سيما في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية في منتصف العقد الاول من القرن الحادي والعشرين ازداد الاعتماد على الشبكة العالمية للمعلومات ولا تزال دول اخرى تواجه تحديات في اللحاق بركب التطور التقني ، حيث نما سوق التجارة الالكترونية في الدول العربية بحوالي 46.6% عام 2020 مقارنة بعام 2019 لتصل قيمة انشطة التجارة الالكترونية الى نحو 22 مليار دولار امريكي في نهاية عام 2020، وتشير الاحصاءات في اعقاب جائحة كوفيد 19 الى ان حجم انشطة التجارة الالكترونية ستنمو بنحو 36 % ليصل الى نحو 30 مليار دولار امريكي في عام 2021، حيث سجل حجم التجارة الالكترونية في الامارات المتحدة حوالي 4.2% من اجمالي مبيعات التجزئة في عام 2019 الذي تعتبر الاكثر تقدما في الدول العربية وحلت السعودية المرتبة الثانية بمعدل 3.8% تم مصر بمعدل 2.5% من اجمالي مبيعات التجزئة لعام 2019 .[2]

كما ان واقع الدول العربية يعوزه الكثير من العناصر التي تشجع وتيسر استخدام التجارة الالكترونية واستطاعت بعض من دول الخليج ان تتغلب على الكثير من هذه العناصر ولكن دولا عربية لا تزال تعاني من مشكلة هيكلية تتمثل في عدم او ضعف الاندماج القطاعي في داخلها بين مختلف القطاعات المكونة للاقتصاد والصناعة والخدمات ومن الطبيعي ينعكس ذلك على التجارة الالكترونية اذ تعتمد الاقتصادات العربية جميعها على استيراد معظم مكونات ومدخلات العملية الانتاجية وتشير بعض التقديرات الى ان حجم التجارة الالكترونية العربية ضعيفة جدا مقارنة بمتوسط المستوى العالمي وهو ما يعكس ضآلة المساهمة العربية في هذا المجال وانها بحاجة لبعض الوقت لاستعمال الانترنيت في مجمل مفاصل الحياة ، ومن المتوقع ان يزداد حجم التعامل بالتجارة الالكترونية في الدول العربية مع ازدياد الاندماج اقتصاداتها في الاقتصاد العالمي من خلال الجهود الحثيثة لتكاملها سويا مع دول الجوار ومن جهة اخرى هناك توجهات حكومية لدى العديد من الدول العربية لإيجاد ما يعرف بالحكومة الالكترونية حيث يتم تعامل الحكومة الكترونيا مع الكثير من القطاعات الانتاجية والاستهلاكية وان ازدياد الوعي يؤدي الى المزيد من الانتشار لهذا النوع من التجارة في الدول العربية ووضع البيئة التشريعية اللازمة والملائمة للتوسع في التجارة الالكترونية وظهور العديد من التغييرات في هذه البنية بما يحقق المطلوب وهناك العديد من الدول اصبحت تصدر او تعدل قوانينها بما يسمح بالتعاقد الالكتروني او

[1] الرؤية ، الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي ، مصدر سبق ذكره ، ص21.

[2] جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام ، مصدر سبق ذكره ، ص27.

الدفع الالكتروني او التوقيع الالكتروني أي ان هناك اتجاها لإيجاد منظومة قانونية جديدة لتلائم الاقتصاد الجديد . [1]

وان التجارة الالكترونية اكتسبت اهمية بالغة في تمويل اقتصادات الدول المتقدمة لما توفره من مناخ خصب وعامل مهم من اجل تسويق المنتجات وكسر كل القيود الجغرافية وادركت الدول العربية بالفترة الاخيرة اهمية التجارة الالكترونية فعملت بعض من الدول على توفير البنية التحتية لقيام التجارة الالكترونية وهناك دول عربية اخرى تبحث في توفير القاعدة التقنية والقانونية لقيام هذا النوع من التجارة.[2]

حيث شهد الواقع العربي وبالأخص العراقي عبر مراحل التاريخ تغيرا في استخدامهم للتقانة سواء النفطية منها ام الزراعية واصبح لأسلوب التجارة الالكترونية تأثيرا كبيرا على هذه سواء على مستوى الدول او الشركات او على صعيد المستهلك فهي بحد ذاتها تطورا في أساليب العمل التجاري من خلال استثمارها التطورات التكنولوجية وبالتالي زيادة كفاءة عمليات التسويق والمبيعات والتأمين والتعاملات التجارية الأخرى،

وان التجارة الالكترونية ليست أسلوبا تقليديا في الوصول الى المستهلك في شتى انحاء العالم فبواسطة التجارة الالكترونية تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف بالمقارنة مع التجارة التقليدية كما ان التجارة الالكترونية توفر للشركات فرصة إدارة افضل للعمليات المتماثلة بالشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين والعمليات المحاسبية ومراقبة المخزون ومن جانب اخر فان التجارة الالكترونية توفر معلومات يومية عن المستهلكين مما يؤدي الى خفض تكلفة المعاملات التجارية لأنها تلغي دور الوسيط بين البائع والمستهلك.[3]

وان عدم استغلال الدول العربية لمصادر المعلومات سوف يخلق صعوبة في التخلص او التقليص من حجم الفجوة الرقمية فعند النظر الى واقع استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بهذه الدول فانه يبرر عن وجود فجوة تأخذ في الاتساع بينها وبين دول العالم حتى بين الدول العربية بعضها مع البعض حيث بين تقرير البنك الدولي لسنة 2008 ان حجم الصادرات الدول العربية للتقنية العالمية بلغت 2% فقط في حين بلغت عند الدول المتقدمة 36% ودول شرق اسيا 29% وامريكا اللاتينية 2% وتتفاوت الدول العربية فيما بينها بممارسة التجارة الالكترونية هناك دول طورت تكنولوجيا الاتصالات واغلبهن في الدول الخليجية فقسمت دراسة لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي .

---

[1] ودان بوعبدالله ومشيكل عبد الفتاح الياس ، واقع وتحديات التجارة الالكترونية في الدول العربية ، مجلة دفاتر بوادكس ، العدد (2) ، الجزائر ، 2019، ص59.

[2] حسان طاهر شريف و تقرورت محمد و حسان طه ، مصدر سبق ذكره ، ص4.

[3] المصدر نفسه، ص223.

ان ممارسة التجارة الالكترونية بأغلب الدول العربية متدنية جدا وغير متطورة وتنحصر في مبادرات فردية تتخذ في غياب البنية التحتية المطلوبة لهذه التجارة لذألك تتناول الدراسة وضع التجارة الالكترونية في الفراق فقد تبين من خلال البحث ان مستوى الوعي بالتجارة الالكترونية منخفض والجهود لزيادة هذا الوعي والمعوقات متفرقة ومشتتة ولكن تقرير تقييم الجاهزية لعام 2019 الصادر من منظمة الاونكتاد اوجد بعض التنازل فضلا عن هناك حاجة لتعزيز البنية التحتية وارسال العناصر الأساسية (القانونية والمالية) للتجارة الالكترونية.

والدول العربية تسلم وتقر بأهمية الاستراتيجيات الرقمية الوطنية لبناء مجتمع معلومات مرتبط بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية وتحقيق اهداف التنمية المستدامة ومن هنا اطلقت اغلب الدول العربة استراتيجيات وطنية للتحويل الرقمي او الالكتروني يتمثل هدفها الرئيس في جعل الدول العربية من بين افضل الدول في العالم للاستفادة من التكنولوجية الرقمية والفرص التي تقدمها للاقتصاد بشكل عام وتعزيز القدرة التنافسية للدول وتسريع النمو الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية ومع ذلك فأن العديد من الفرص والتهديدات تنشأ من التكنولوجيا المغيرة. [1]

ان التجارة الالكترونية في الدول العربية تحتاج الى بنى تحتية يجب توفرها لكي يمكن العمل بها في أي من دول العالم كشبكات الاتصال السلكية واللاسلكية والخدمات المصرفية الالكترونية وشبكات الهاتف النقال وشبكة الانترنيت وغيرها التي لا يمكن للتجارة الالكترونية ان تعمل بدونها كما ان هذه العوامل التكنولوجية تختلف درجة تطورها من بلد الى اخر وعلى هذا الأساس هناك اختلاف في درجة تطور التجارة الالكترونية واختلاف إمكانية تطبيقها في كل بلد فيأتي الترتيب العالمي العراق باستخدام التجارة الالكترونية حسب مؤشر الاونكتاد لعام 2016 بالمرتبة 127 كما بلغ رصيد العراق حسب مؤشر قيمة التجارة الالكترونية نحو (14،3%) نقطة بالمقارنة مع الامارات بالمرتبة 25عالميا وبلغ رصيدها حسب المؤشر أعلاه نحو (73,4%) نقطة أي بعبارة أخرى جاء العراق حسب دليل التجارة الالكترونية العالمية احتل المرتبة الأخيرة بترتيب 127 عالميا بقيمة (14،3%) ونسبة مستخدمي الانترنيت 11% للأغراض التجارية ونسبة حاملي بطاقات الائتمان 21% ولتحسين دليل التجارة الالكترونية فقد أدخلت نقاط جديدة مثل مؤشر الموثوقية في الاتحاد البريدي العالمي فقد جاء العراق بالمركز الأخير بترتيب 139 عالميا لعام 2017 من بين مجموعة الدول العربية ، حيث استخدام التجارة الالكترونية وبلغت نسبة مستخدمي الانترنيت 21% للأغراض التجارية حسب مؤشر الاونكتاد الخاص بالتجارة الالكترونية وهذا المؤشرات تدل على ان العراق لا زال في المراتب الاخيرة عالميا ومن ضمن الدول التي لازالت التجارة الالكترونية فيها لم تأخذ المجال الواسع في التعاملات التجارية خصوصا بين مؤسسات

[1] الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي، مصدر سبق ذكره، ص100.

الاعمال والافراد، كما وبلغت نسبة الاعتماد على البريد (صفر) وغيرها من المؤشرات الأخرى وهذا يدل الى سوء الأوضاع الاقتصادية في البدأ وتأثير الصراعات السياسية فضلا عن الانحدار التكنولوجي والاقتصادي.[1]

وتواجه التجارة الالكترونية بعض التحديات لا سيما في الدول النامية التي تواجه صعوبات فيما يتعلق بسهولة النفاذ الى تقنيات الاتصالات بتكلفة مقبولة حيث اشار البنك الدولي الى ان حوالي 15% فقط من سكان العالم يستطيعون تحمل تكلفة الوصول الى الشبكة العالمية للمعلومات ذات النطاق العريض في عام 2020 وحوال 1.7 مليار نسمة محرمون من النفاذ الى الخدمات المالية الذي يحول دون امكانية استفادتهم من تعاملات التجارة الالكترونية بالاضافة الى ذلك يواجه مستخدمي التجارة الالكترونية تحديات اخرى من بينها احتمالية تعرضهم لعمليات الغش التجاري وتحديات تتعلق بجودة ونوعية السلع التي يتم شراؤها من خلال التجارة الالكترونية وذلك في ظل ضعف مستويات الرقابة على انشطة التجارة الالكترونية في عدد من الدول . [2]

ومن جانب اخر هناك عدة عقبات تقف في وجه تطوير التجارة الالكترونية في معظم الدول العربية والمحلية بشكل عام ومن اهمها : [3]

- قلة حضور البنوك العربية في الانترنيت
- نقص الوعي وغياب محاولات التوعية حول اهمية التجارة الالكترونية
- عدم تبني بعض من الحكومات العربية استراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات.
- تخلف البنى التحتية للاتصالات في الوطن العربي حيث ما زالت بعض الدول العربية تعاني من جملة مشكلات تعيق التجارة الالكترونية (الرقمية)
- يلعب العامل القانوني دورا مهما في وجه تطور التجارة الالكترونية العربية بسبب غياب التشريعات المناسبة والمتخصصة في تنظيم عمل التجارة الالكترونية .
- ضعف انشطة البحوث والتطوير حيث تدل المؤشرات على تدني القدرات العلمية والتكنولوجية للدول العربية.
- تقوم بعض الدول العربية بوضع قيود للتعامل عبر شبكة الانترنيت وذلك بسبب صعوبة الاحتفاظ ببيانات للدخل القومي وتعقب الدخل وان التجارة الالكترونية تسبب بتخفيض الضريبة لبعض المهن وكذلك تخشى هذا

[1] محسن خضير ومصطفى راشد علي، مصدر سبق ذكره، ص62.

[2] جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام ، مصدر سبق ذكره ، ص 32.

[3] حسان طاهر شريف و تقرورت محمد و حسان طه ، مصدر سبق ذكره ، ص127

الدول من ظهور النقود الالكترونية وانتشارها الذي قد يخلق صعوبات في رقابة الحكومات المركزية على النقد المتداول وذلك للتحكم في عرض النقود خاصة اذا توسعت الشركات الخاصة في اصدار النقود الالكترونية.

مما تقدم يتبين على الرغم من تطور التجارة الالكترونية في بعض الدول العربية الا انها طرحت الكثير من التحديات لمعظم الدول العربية وعلى وجه الخصوص ضعيفة الدخل كونها تتطلب الكثير من الوسائل المادية والمعنوية وتحتاج الى البنى التحتية الالكترونية وعلى اعتبار ان الدول العربية تمثل جزءا هاما من هذا العالم ولمواكبة المستجدات العالمية فيجب عليها بذل الجهود الكافية لتطوير المعاملات التجارية بالشكل الذي يكفل لها مكانتها في هذا العالم .

ثالثاً : واقع تطبيقات التجارة الالكترونية على المستوى المحلي (العراق انموذجا)

ان ظهور الانترنيت وانتشار استعماله في اغلب المجالات والقطاعات أدى الى ارتفاع وتوسع التجارة الالكترونية حيث أصبحت من بين الركائز الرئيسية لنمو هذا النوع من التجارة وبظهورها فسحت المجال لظهور العديد من المفاهيم الجديدة كظهور الصيرفة الالكترونية وغيرها في كل مكان وخدماتها في أي وقت والعراق كباقي الدول ادرك أهمية الانترنيت وهذا ما يؤكده التزايد في عدد مشتركي الانترنيت ولكن سنحاول تسليط الضوء على المعوقات التي تحد من استخدام التجارة الالكترونية في العراق كبقية الدول الأخرى.

ان العراق بعد الحروب التي خاضها فقد استنزف موارده بشكل واضح وتعطلت قطاعاته عن الانتاج ولم يتبقى سوى القطاع النفطي كأهم مصدر للإيرادات العامة وفي الوقت الذي يسعى فيه للانضمام الى منظمة التجارة العالمية فانه قام عن طريق وزارة الملية بزيادة الرسوم الكمركية (رسم اعادة اعمار العراق من 5 % الى 10%) مخترقا بذلك اتفاقية المنظمة التي وحدت الرسوم الكمركية وجعلتها 5% وانعكس الواقع الاقتصادي على المجتمع مباشرة فازدادت مشكلة البطالة وازداد الفقر واما من ناحية الوعي المجتمعي على الرغم من ان المجتمع دخل اليوم عصر الاتصالات الا ان الخدمات المقدمة له لم ترق الى المستوى المطلوب وهناك العديد من المدن العراقية واحياءها تعاني من نقص في خدمة الانترنيت وان ذلك كله لن يساعد العراق على دخول عصر تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية ويمكن القول ان العراق لم يدخل بعد بشكل جدي وموضوعي في مجال التجارة الالكترونية بسبب ظروفه الاقتصادية وعدم اكتمال الوعي عند المجتمع العراقي بهكذا متغيرات ولم يكن مستعدا للتعامل معها ، ومع كل هذا فان العراق يمكن ان يكون سوقا واعدا لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال اجهزة الحاسوب والهواتف الخلوية والانترنيت التي دخلته حديثا مع المتغيرات السياسية

والاقتصادية الجديدة لأنها اصبحت تفتح نوافذا للمستقبل وتساعد على الاندماج الاقتصادي كونها تكنولوجيا نظيفة [1]

تحاول الحكومة العراقية كغيرها من الدول العربية مواكبة التغيرات في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال تحديث وتطوير اقتصاداتها بما يتلاءم مع هذه التكنولوجيات لذا بدأت اغلب الدول العربية ومن ضمنها العراق الاعتماد على التجارة الالكترونية للتعامل مع الشركات والافراد في الأسواق وتواجه الدول العربية لاسيما العراق تحديات واسعة في هذا المجال هذا ما تظهره الفجوة الرقمية المتسعة في اقتصاداتها ولهذه الفجوة جوانب متعددة لذلك فان قياس مؤشرات التكنولوجيا (المعلومات ، الاتصالات) يعكس بشكل غير مباشر واقع وافاق التجارة الالكترونية في هذه الدول، لذا سوف نسلط الضوء في هذا المطلب عن واقع التجارة الالكترونية في العراق.[2]

ان الوضع الحالي لاستراتيجية الفراق في التجارة الالكترونية فيتبين ان العراق في الفئة الأخيرة بالنسبة للدول العربية ولا تزال التجارة الالكترونية في مراحلها الأولى في العراق مع ذلك هناك محاولات جادة قد بذلت لتعزيزها بوصفها الأسلوب الجديد لممارسة الاعمال التجارية وتكون اهداف السياسة الرقمنة الالكترونية للدول العربية هي: [3]

- ❖ تشجيع قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- ❖ تطوير قدرات البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما خدمات البيانات ذات النطاق العريض.
- ❖ تعزيز خدمات الحكومة الالكترونية.
- ❖ اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم والرعاية الصحية والنقل.
- ❖ التوسع في الشمول الالكتروني.
- ❖ تحسين مزايا الشمول المالي.
- ❖ تطوير المهارات والوظائف الالكترونية.
- ❖ تعزيز تدابير تأمين الانترنيت.

---

[1] ستار جبار خليل ، مصدر سبق ذكره ، ص275 .

[2] عيسى دراجي، تحديات التجارة الالكترونية في الدول العربية ، الملتقة الدولي والرابع حول عصرنه الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي ، حميس مليانه، 26 ابريل 2011،ص12.

[3] الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي ، مصدر سبق ذكره ، ص101

وعلى الحكومة العراقية الاهتمام بالتجارة الالكترونية لما تتمتع به من اهمية ومزايا على اقتصادها ويمكن ادراجها على النحو الاتي :[1]

- الاستفادة من مزايا التجارة الالكترونية من تسهيل المبادلات التجارية وخفض التكاليف وتحقيق الارباح
- العمل على تنويع مصادر الاستيراد والبحث عن اسواق للصادرات من خلال تنوع الاسواق التي يمكن التعرف عليها من خلال التجارة الالكترونية
- اتاحة الفرص امام الاقتصاد العراقي للاندماج بالاقتصاد العالمي والاستفادة من فرصه في انعاش الاقتصاد العراقي وتطويره.
- تطوير المهارات الفنية والتنظيمية وتهيئتها للدخول غي عالم المعرفة.
- خلق فرص العمل ذات المهارات الخاصة التي تقوم على المعرفة.
- مواكبة التغيرات والتطورات التي تحصل في مجالات الاقتصاد والادارة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

رغم التطورات التي شهدتها مختلف دول العالم في التجارة الالكترونية الا ان العراق يواجه كغيره من الدول العربية جملة من العوائق والتحديات لأنشاء تجارة الكترونية تضاهي نظيرتها في الدول المتقدمة ولا يزال يتقدم بخطى متباطئ والدليل تقييم الاونكتاد لدولة العراق ويتبين من خلال تقرير الاونكتاد هناك قصور من كافة المجالات لاسيما القانونية وغيرها ومن اهم المعوقات التي يواجهها العراق في التجارة الالكترونية:[2]

- ❖ الافتقار إلى التشريعات التي تحكم التجارة الإلكترونية والخدمات ذات الصلة مثل المنصات الرقمية وشركات التوصيل وحماية المستهلك والبيانات وغيرها.
- ❖ الاتصال البطيء والضعيف بالإنترنت، بالإضافة إلى ارتفاع الأسعار، وعدم كفاءة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ❖ تردي البنية التحتية للنقل والخدمات اللوجستية، وغياب القوانين والحوافز لتشجيع الاستثمار في التجارة الإلكترونية.
- ❖ عدم كفاءة أنظمة وعمليات نقل البريد من خلال الكمارك وضرورة اجراء إصلاحات رئيسية للعملية الكمركية لغرض الامتثال للمتطلبات الدولية ولتحسين التنسيق، لا سيما بالنسبة للتجارة عبر الحدود.
- ❖ القيود المفروضة على تحويل الأموال .

[1] ستار جبار خليل ، مصدر سبق ذكره ، ص276

[2] Iraq e trade readiness assessment, united nations conference on trade and development, united nations , 2020, p48.See: Taha, Lect Jasim Muhammed. "Cyber Threats and Their Impact on the US National Security." *Tikrit Journal For Political Science* 2.32 (2023): 178-229.

❖ نقص المعرفة والمهارات المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والمعاملات التجارية عبر الانترنت واستخدام بطاقات الدفع الالكتروني فيها .

❖ مخاوف الخصوصية على الإنترنت، ونقص ثقة المستخدم في المعاملات عبر الإنترنت.

❖ الفساد الاداري والمالي الذي يهدر موارد العراق ويدفع الى عزوف الشركات الاجنبية للاستثمار فيه.

❖ ضعف القدرة التنافسية للمنتجات المحلية مقارنة بالمنتجات الاجنبية .

❖ ضعف الاستقرار الاقتصادي والسياسي وضعف السيطرة على امنية المعلومات وسلامتها .

❖ عدم اكتمال الاطار المؤسساتي والقانوني لهذه التجارة من خلال وضع ضوابط تسهل انسيابيتها وتمنع أعمال القرصنة عليها.

بعد الحرب على العراق لاحظت اغلب الدول المتقدمة والمنظمات الدولية هناك بعض المنظومات للحكومة متدنية من ناحية اكتساب المعرفة مما يتطلب التعاون الوثيق بين مجموعة هذه الدول لان إقامة هذه المنظومة وتفعيل دورها في المجتمع يتطلب إمكانيات مادية وبشرية ضخمة لا تتوفر في الدول العربية بشكل عام والعراق بشكل خاص وبهذا الصدد تم اطلاق برنامج (تقييم جاهزية التجارة الالكترونية في العراق) والمقدم من قبل مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد) والممول من قبل المؤسسة الدولية الإسلامية لتمويل التجارة / برنامج مبادرة المساعدة من أجل التجارة للدول العربية (الافيتاس) ، والذي يعد من أهم إنجازات هذه الوزارة خلال السنوات الأخيرة حيث تظافرت جهودها وبالتنسيق مع وزارة الاتصالات (كونها الجهة الفنية المعنية بالموضوع) فضلاً عن دور وزارة الخارجية من خلال قيامها (بتنسيق العمل مع المنظمات الدولية ذات الصلة لاسيما حضور الاجتماعات في منظمة الاونكتاد ومنظمة التجارة العالمية) ، حيث اثمر هذا التعاون عن اعداد تقرير الجاهزية بصورته النهائية والذي يعد علامة فارقة وهو اول تقييم يقوم به الاونكتاد في بلد من غير البلدان الأقل نموا حيث يقدم تشخيصاً شاملاً لوضع ودور البريد العراقي كشريك رئيسي في تطوير التجارة الالكترونية من الدفع الى التوصيل ومن أجل الاستجابة للتحديات يقدم التقرير العديد من التوصيات التي في حالة تنفيذها ستمكن البريد العراقي من أن يصبح جهة فاعلة رئيسة في المزيد من تسهيل التجارة وخاصة في تعزيز مشاركة الشركات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الالكترونية، بالإضافة الى ذلك يهدف التقرير الى زيادة الإجراءات الوطنية (السياسات والبرامج) التي ستعمل على رفع استعداد وقدرة العراق على المشاركة في التجارة الالكترونية والاستفادة منها والوصول الى فرص التعاون الفني المتاحة لجميع الشركاء ويوفر التقييم خارطة طريق لتطوير التجارة الالكترونية في العراق ويدعم اهداف الحكومة في تحسين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبناء الثقة الرقمية من خلال تحسين الاطار القانوني ودعم مبادرات الحكومة الالكترونية .

على الرغم من هذه لا زال العراق يعاني صعوبة التكيف مع التجارة الالكترونية واعتمادها كثقافة أسلوب حياة للمواطن العراقي بالرغم من الجهود المبذولة لأطلاق هذه النوع من التجارة لازال العراق يعاني العراق من تأخيراً كبيراً لذلك تم بموجب الامر الديواني / مكتب رئيس الوزراء المرقم بالعدد 2203808/3019/22074 في 2022/3/3 والذي تقرر فيه تشكيل فريق وطني للتجارة الالكترونية يتولى (وضع استراتيجية وطنية للتجارة الالكترونية تتضمن رؤى واضحة لأدوار ومسؤوليات الجهات المعنية ومراجعة التشريعات النافذة ذات الصلة بالموضوع لتحديد المواد والفقرات المعرقلة لتنشيط الاقتصاد الرقمي في العراق) ، عقد الفريق مدار البحث اجتماعات عدة وبانتظار إصدار التقرير النهائي له .

حسب ما جاء في تقرير الاونكتاد في تقييم التجارة الإلكترونية في العراق هناك فرصة لظهور التجارة الإلكترونية في العراق واعداً للغاية ولديه القدرة على خلق فرص العمل وتنويع الاقتصاد وتحفيز الطلب المحلي وزيادة الصادرات مع استمرار البلاد في إعادة البناء بعد سنوات من الصراع، وهنالك سوق متنامية لمنصات التجارة الإلكترونية مع بعض الأمثلة الناجحة، ويمكن أن تلعب التجارة الإلكترونية دوراً رئيسياً في تنمية وتنويع الصادرات العراقية كما يمكنها توفير دفعة للعديد من الصناعات القائمة وخلق فرص جديدة للشباب والنساء والرياديين الطموحين كما يعتبر التشكيل السكاني العراقي يافعٌ جداً، حيث يشكل الأفراد ما دون سن الـ 24 عامًا ما يقارب الـ 60 في المائة من السكان، ويعمل (1%) من السكان فقط في قطاع النفط. ولذلك، أضحى القطاع العام غير قادر على استيعاب آلاف الخريجين في البلاد. وفي هذا السياق، يعد الدور الذي يمكن أن تلعبه التجارة الإلكترونية واعداً، و يمكن القول ان التجارة الالكترونية في العراق ستتنامى على نحو متسارع وينطوي ذلك على إمكانيات كبيرة كما ان هنالك تقدير عميق من قبل الشعب العراقي وبضعة شركات ناشئة لأهمية التجارة الإلكترونية فضلا الى وجود مبادرات من البنك المركزي العراقي لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي من شأنها ان تنشط التجارة وهناك سبل تطوير التجارة الالكترونية في العراق يلزم[1]

- توفير بنية تحتية معلوماتية .
- اصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة
- تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب.
- نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين افراد المجتمع.

[1]. Iraq e trade readiness assessment, p49.

- زيادة الاهتمام ودعم الاستثمار في التنمية البشرية.

- اسناد البرامج الى المختصين.

والان يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في العراق طفرة هائلة في 2024 مدفوعًا بِسلسلة من العوامل أهمها: (ازدياد انتشار الإنترنت: حيث وصل معدل انتشار الإنترنت في العراق إلى 74.9% في عام 2023، ومن المتوقع أن يرتفع إلى 80.2% بحلول عام 2025، انتشار الهواتف الذكية حيث يُعدّ العراق من أكثر الدول العربية انتشارًا للهواتف الذكية، حيث يُشكل مستخدمو الهواتف الذكية نسبة 83% من إجمالي السكان، تزايد اهتمام المستهلكين بالتسوق عبر الإنترنت وهو ما يظهر في سلوك المستهلكين العراقيين الذين يبدون ميلاً متزايدًا للتسوق عبر الإنترنت بما يوفّره من سهولة وراحة وسرعة في الحصول على المنتجات) وتُشير الإحصائيات إلى أنّ سوق التجارة الإلكترونية في العراق يزخر بإمكانيات كبيرة الذي تبين من خلال حجم السوق الذي بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في العراق 6.6 مليار دولار أمريكي في عام 2022، ومن المتوقع أن يصل إلى 9.197 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025، ومعدل النمو الذي من المتوقع أن ينمو سوق التجارة الإلكترونية في العراق بمعدل سنوي مركب (CAGR) بنسبة 17.52٪ بين عامي 2022 و 2025، بالإضافة الى عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية الذي من المتوقع أن يصل عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في العراق إلى 22.5 مليون مستخدم بحلول عام 2025، مع ذلك، لا يخلو هذا السوق الواعد من بعض التحديات التي يجب التغلب عليها أهمها: البنية التحتية الرقمي ، الدفع ، الثقة والأمان ، الوعي وعلى الشركات الاستفادة من فرص التجارة الإلكترونية في العراق من خلال فهم السوق العراقي ومن المهم إجراء دراسات شاملة لفهم احتياجات العملاء العراقيين وسلوكياتهم عبر الإنترنت ، اختيار منصة التجارة الإلكترونية المناسبة ، توفير خيارات الدفع المتنوعة، تقديم خدمة عملاء ممتازة ، التسويق الفعال يجب على الشركات استخدام قنوات تسويقية متعددة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والإعلانات عبر الإنترنت، للترويج لمنتجاتها وخدماتها ، مع الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتعزيز الوعي بالتجارة الإلكترونية، من المتوقع أن يُصبح العراق مركزًا إقليميًا للتجارة الإلكترونية في السنوات القادمة اذا اتبع استراتيجية فعالة في تنمية التجارة الإلكترونية[1].

[1] التجارة الإلكترونية بالعراق في أرقام في 2024 ، للمزيد ينظر الى الرابط الاتي : https://oceangate.co/ar/

Ndambwa, Biggie Joe, and Given Moonga. "Decentralising Climate Governance in the Global South: Lessons from Itezhi-Tezhi and the Kafue Wetlands, Zambia." *Journal of Contemporary Governance and Public Policy* 5.1 (2024): 33-54.

نستنتج من ذلك وعلى الرغم من المعوقات التي تحد تطبيق التجارة الإلكترونية في الدول العربية وعلى وجهه الخصوص في العراق الا ان لقد حان الوقت لكي تستفيد الدول العربية وبالأخص العراق من مميزات وفوائد التجارة الإلكترونية لتحقيق النهضة المنشودة ووضع دولتنا في المكان الذي يستحقه بين مصاف الدول المتقدمة والمتطورة كونها أصبحت وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي واستطاعت هذه النوع من التجارة برفع الحواجز التقليدية بشكل ملفت للاهتمام بهذه التجارة وما يميزها السرعة والفعالية فضلاً عن كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي الذي يعتمد في بنية على هيئات منها (الحكومات الإلكترونية والمصارف الإلكترونية والأسواق المالية الإلكترونية والشركات الإلكترونية).

الخاتمة :

لقد ساعد التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات الى ظهور مصطلحات عديدة وحديثة من بينها (الاقتصاد الجديد ، اقتصاد المعلومات ، الاقتصاد الرقمي ، التكنولوجيا الرقمية ، التجارة الإلكترونية) ان التجارة الإلكترونية هي واحدة من التعابير الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة وأصبحت شائعة للتعبير عن الكثير من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بالثورة التكنولوجية ولذلك اصبحت التجارة الالكترونية اكثر موضوعات عصر المعلومات اثارة للجدل، وان الاقتصاد الرقمي والتجارة الالكترونية وجهان لعملة واحدة وبالتالي التحول الجاد للاقتصاد نحو الاقتصاد الرقمي او الالكتروني سيدفع بتسريع النمو الاقتصادي مما يؤدي الى انشاء فرص عمل لأعداد الشباب المتنامي تعداده سنوياً ورفع معدلات الإنتاج وتحقيق الشفافية مع توفير مستويات مرتفعة من الامن والخصوصية في الأنظمة والمعاملات أي ما يعني بلورة رؤية لتحويل العالم العربي والدولي الى اقتصاد ممكن رقمياً او الكترونياً تدفع المنطقة نحو مستقبل رقمي مستدام وشامل وأمن من اجل بناء مجتمع عربي مترابط ومبتكر، وعلى الرغم من مزايا وفوائد التجارة الالكترونية هناك معوقات تحد من نجاح هذا النوع من التجارة هي عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية فضلا عن ضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات .

اذ تشهد التجارة الالكترونية نموا بمعدلات متزايدة السرعة مما يمهد لفرص لم يسبق الى مثلها وتبادر اغلب الدول والشركات في جميع انحاء العالم للاستفادة من الثورة المعلوماتية في تنفيذ معاملاتها التجارية وكانت الدول النامية متدنية نسبيا عن نشاط سوق التجارة الإلكترونية لافتقارها للمتطلبات الأساسية للتجارة الإلكترونية ولكون معظم النشاط التجاري في المستقبل سوف يدار الكترونيا فلا بد للدول النامية مضاعفة الجهود لوضع الأساس لتسهيل التجارة الالكترونية التي توفر الوقت والمال فضلا عن انها اكثر كفاءة من وسائل التجارة الالكترونية وتساعد في تقوية اقتصاديات الدول النامية لكونها توفر فرصا كبيرة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لعرض منتجاتها في الأسواق الجديدة كما انها تتيح المجال للحكومات لشراء السلع الرأسمالية وسلع أخرى بطريقة فعالة واقتصادية.

لقد اثار توسع التجارة الالكترونية اهتماما من اغلب دول العالم وبالأخص الدول العربية التي ادركت اهمية امتلاك بنى تحتية رصينة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للاستفادة من مزايا تطبيقها في استخدام التجارة الالكترونية ولزيادة النمو الاقتصادي وتحسن الناتج المحلي الاجمالي لهذه الدول فأن التجارة الإلكترونية يمكن ان تفتح افاقا واسعة لاقتصادات العالم والاقتصاد العربي ، وان نجاح التجارة الإلكترونية في الدول العربية يدل

على توفر البنى التحتية كالأنترنيت في القطاعات الاقتصادية ولعل تجارب بعض الدول العربية التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي دليل على نية هذه الدول في استيعاب هذا التغيرات التكنولوجية وعليه يجب على الدول العربية الضعيفة في استخدام الانترنيت تطوير سياساتها بكل النواحي لتدعم التجارة الالكترونية واتخاذ الاجراءات المناسبة وتوفير المتطلبات التي من شأنها ان تؤدي الة نجاح التجارة الالكترونية في الوطن العربي .

كما ان التجارة الالكترونية من المواضيع الحديثة في العالم لكم بالرغم من هذا أصبحت ممارستها امر طبيعي في الدول المتقدمة اما في العراق فهي ضعيفة مقارنة مع الدول العربية المجاورة كالخليج العربي وان وضع التجارة الالكترونية في العراق لا زال في المرحلة التجريبية، يبقى موضوع التجارة الالكترونية موضوعا كبيرا ومتشعبا لذلك حاولت بقدر الإمكان الالمام ببعض الجوانب في هذا الموضوع لكن هناك الكثير من المواضيع لم تطرح في هذا المجال بالإضافة الى ذلك يمكن للعراق الاستفادة من تجارب دول المتطورة من خلال إنشاء (مديرية للتحول الرقمي مشتركة لكافة الوزارات) معنية بوضع برامج التحول الرقمي وتتابع وتراقب تنفيذ الخطط والبرامج التي تضعها سنوياً لعمل تلك الوزارات وتشرف على تنفيذ جميع أنشطة ومشاريع التحول الرقمي التي تقوم بها الجهات الحكومية وكذلك تشرف على الخدمات الرقمية التي تقدمها تلك الوزارات سواء فيما بينها أو الخدمات التي تقدمها للمواطن وبذلك تضمن الحكومة بان هناك (مرجعية مركزية في العراق معنية بالتحول الرقمي) تضم كافة مؤسسات الدولة أو معظمها كمرحلة أولى وبذلك نضمن عدم تشتت جهود الحكومة في مجال التحول الرقمي للخدمات التي تقدمها تلك الوزارات والحيلولة دون تحول هذه الخدمات الرقمية على شكل مبادرات فردية يصعب الاستفادة من بياناتها بشكل امثل أو متابعتها أو معالجة الاختناقات فيها.

الاستنتاجات:

مما تقدم يعتبر التحول الرقمي واستخدام الأنترنيت أداة قوية للنهوض بالواقع الاقتصادي والتجاري للقطاعين العام والخاص وعامل مسرع للنمو الاقتصادي ، ولكن هذه التكنولوجيات تنطوي على مخاطر وأخطار سواء على مستوى الدولة ككل أو على مستوى المنشآت والمواطنين، إذ إن نُظُم المعلومات الحكومية في كافة الوزارات العراقية ليست بمنأى عن الهجمات الإلكترونية ، وكذلك يمكن لشبكة الإنترنت أن تساهم أيضا في نقل محتويات أو أوجه سلوك غير مشروعة لذلك يجب إدراج موضوع التحول الرقمي واستخدام الإنترنت ضمن جدول أعمال

المؤتمرات والمنتديات الدولية التي تنظمها كافة الوزارات التي تنظم بالتعاون والتنسيق مع المنظمات والوكالات الاقتصادية والتجارية الدولية لإقناعهم بضرورة التعاون مع الجهات الحكومية لتطوير برامج وأساليب التحول الرقمي ذات الجودة العالية ولتكون متناسقة مع القوانين والاتفاقيات الدولية ، بحيث تكون شبكة الإنترنت في العراق شبكة سلمية تخدم حقوق الإنسان والديمقراطية والنمو الاقتصادي ، ويمكن لوزارة الخارجية العراقية ان تضطلع بهذه المهمة وان تضع ذلك ضمن سلم أولوياتها وتم استنتاج الاتي :

1- تعمل التجارة الإلكترونية على توفير الكثير من الوقت والجهد في عملية التجارة الدولية فضلاً عن تقليل التكاليف الناتجة عن عملية تبادل السلع والخدمات.

2- يختلف انتشار التجارة الإلكترونية من بلد الى اخر حيث يكون الجزء الأكبر منها في الولايات التي تشكل حوالي 57% وأوروبا 17% وان اكثر أنواع التجارة الإلكترونية انتشاراً هو بين رجال الأعمال مع رجال الأعمال.

3- تزايد أهمية التجارة الإلكترونية نتيجة استخدام وسائل التقانة وتزايد الإبداع في مختلف جوانب الحياة.

4- تساهم التجارة الإلكترونية بتسهيل عملية التنافس اذا ما توفرت الإمكانيات لتأديتها.

5- تساهم التجارة الإلكترونية بتخفيض تكاليف المعاملات التجارية المختلفة إضافة الى إزالة القيود والعوائق التي تحول دون انتقال السلع والخدمات.

التوصيات:

1- دراسة إنشاء هيئة أو مؤسسة حكومية معنية بالتحول الرقمي في العراق تحتوي هذه المؤسسة على منظومة الكترونية للتحول الرقمي ترتبط فيها البيانات الخاصة بجميع الوزارات والدوائر والهيئات الحكومية داخل بغداد وخارجها يطلق عليها اسم (منظمة التحول الرقمي العراقية) لانجاز كافة أنواع المعاملات لتحسين وسرعة انجاز المعاملات للمواطن والتقليل من الفساد الإداري والمالي في المؤسسات.

2- قيام الدولة بإنشاء بنى تحتية رصينة وذات جودة عالية لهذا القطاع ليقوم بمهامه الحيوية في تقديم الخدمات والمنتجات الرقمية للشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة وكان عامل مهم لنمو هذه المشاريع والشركات وقيادتها للحياة الاقتصادية للدولة بدل القطاع العام ، وهذا يمكن استثماره في العراق من خلال تعشيق مشاريع التحول الرقمي الذي تباشر الوزارات الحكومية بتنفيذها أو التي يخطط لإنشائها مع الجهات الاتحادات والغرف التجارية والصناعية والجمعيات والمجالس والروابط المنضوية تحت مظلة القطاع

الخاص العراقي وذلك لضمان ان هذه المشاريع الرقمية ستخدم بيئة الأعمال للقطاع الخاص العراقي وتعالج المشاكل التي يعاني منها.

3- العمل على بذل المزيد من الجهود للدخول الى التجارة الالكترونية وتطوير البنى الأساسية في عدة مجالات ليتسنى استخدامها في كافة القطاعات.

4- ضرورة توفير تشريعات وقوانين وأنظمة تعمل على حفظ التعاملات الالكترونية كالتوقيع الالكتروني فضلاً عن ضرورة تطوير نظام الدفع الالكتروني ليواكب التطورات التكنولوجية في الدول الأخرى.

5- تحفيز المؤسسات في القطاع العام والخاص والافراد على استخدام التجارة الالكترونية لما تملكها من مزايا متعددة والابتعاد قدر الإمكان عن التجارة التقليدية التي تتطلب المزيد من الوقت والتكاليف مما يسهم بالنهوض باقتصاد الدولة لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم او مقارنة بالدول الجوار وفتح المجال على مصراعيه للتجارة الالكترونية وان تخطو خطوات مدروسة للأمام لتساهم في فتح الافاق الواسعة امام المؤسسات الاقتصادية العراقية لاختراق الأسواق العالمية فضلا عن عصرنه أنظمة دفعها الالكترونية من خلال تبني خطط واستراتيجيات من اجل تعميم استعمالها.

6- تتطلب التجارة الالكترونية العمل على توفير بنية تحتية من الناحية التشريعية والمعلوماتية والبرمجيات والانترنيت وهي وسائل لا يمكن الاستغناء عنها في تسهيل عملية التبادل التجاري بين دول العالم المختلفة.

7- على العراق بناء تجارة الكترونية ناجحة وقادرة على الاستمرار والقدرة التنافسية في الأسواق العالمية.

8- من الضروري ان تتعاون الحكومات والقطاع الخاص في المنطقة العربية وعلى وجه الخصوص العراق لأيجاد البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية .

قائمة المصادر :

- **المصادر العربية**

1- <u>الكتب :</u>

1. إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية ، ط1، المكتبة الاكاديمية ، القاهرة ،2003.

2. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2005.

3. خالد ممدوح إبراهيم، ابرام العقد الالكتروني دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي،ط1، مصر، 2011.

4. نجم عبود نجم ، لإدارة الكترونية (الاستراتيجية ، الوظائف ، المشكلات)، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض،2004.

5. الرؤية الاستراتيجية العربية المشتركة للاقتصاد الرقمي، جامعة الدول العربية، ط1، مصر، 2019.

6. سعد غالب وبشير عباس، الاعمال الالكترونية، دار المناهج، ط1، الأردن، 2004 .

7. عبد العزيز عبد الرحيم ، التبادل التجاري والعولمة والتجارة الالكترونية ، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ،2004.

8. محمد صالح الحناوي واخرون ، مقدمة في الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 2004.

9. السيد احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، 2006.

10. سيمس روب واخرون ، التجارة الالكترونية ، التجارة الالكترونية ، دار الفاروق ، القاهرة ، 2001.

11. وفاء فوزي ، التجارة الرقمية في العراق: التحديات والفرص ، مركز البيان للدراسات والتخطيط ، تموز / 2023،، pdf.

2- المجلات العلمية :

1- باسمة علي احسان، التجارة الالكترونية مفهومها ومزاياها وواقع البلدان العربية منها ، جامعة بابل، كلية الهندسة ، مجلة كلية بغداد كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، 2012، العدد 32.

2- سامرة نعمة ، مفهوم التجارة الالكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (10) ، العدد (2) ، 2008.

3- علاوي محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق، اليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية ، المركز الجامعي ، خميس مليانة ، 26-27 ابريل 2011.

4- محسن خضير عباس ومصطفى راشد علي ، تحليل اثر التجارة الالكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية ، مجلة دنانير ، العدد (22)، بغداد، 2021 .

5- احمد عبدالله العوضى ، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية ، مجلة الاقتصاد والمجتمع ، العدد 6، الكويت ، 2010.

6- حسان طاهر شريف ود. تقرورت محمد ود. حسان طه ، متطلبات نجاح التجارة الالكترونية في الدول العربية، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة ، المجلد (3) العدد(3)، الجزائر ، 2020، ص 116.

7- ميس اسعد غيد الحسن وهناء عبد الغفار ، تقييم مدى جاهزية العراق لدخول التجارة الالكترونية ، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية ، العدد (69) ، بغداد ، 2021 ، ص71.

8- ودان بوعبدالله ومشيكل عبد الفتاح الياس ، واقع وتحديات التجارة الالكترونية في الدول العربية ، مجلة دفاتر بوادكس ، العدد (2) ، الجزائر ، 2019 .

9- جمال قاسم حسن ومحمود عبد السلام ، التجارة الالكترونية صندوق النقد العربي ، العدد (20) ، الامارات المتحدة، 2021 .

10-توفيق حلمي ، الابداع والتجارة الالكترونية في ظل عالم متغير مقدم الى مئتمر الابداع وافتصاد المعرفة ، جامعة البتراء ، الأردن ، اذار 2005 .

11- عيسى دراجي، تحديات التجارة الالكترونية في الدول العربية ، الملتقة الدولي والرابع حول عصرنه الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي ، حميس مليانه، 26 ابريل 2011.

12- ستار جبار خليل ، الاهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية وامكانية تطبيقها في العراق مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية ،العدد 27، بغداد.

13- طرشي محمد و د. بوفليح نبيل ، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد (19) ، الجزائر ، 2018.

14-وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية ، للمزيد ينظر الى الرابط الاتي : www.finances.gouv.fr

15-لجنة الأمم المتحدة للقانون الدولي التابعة للأمم المتحدة (الاونسترال)، للمزيد من المعلومات ينظر : www.unicetral.org.

16-السوق الرقمية الموحدة لأوروبا، للمزيد من المعلومات ينظر الى :
www.ec.europa.digital-market/en/politicies/shoping-single-market.

- **English sources:**

1- Harbhajan kehal& Varinder p.singh, Digital Economy : impacts, influence and challenges, idea group publishing, usa, 2005,p.3.
3- Iraq e trade readiness assessment, united nations conference on trade and development, united nations , 2020.
4- Avis sur le project de portail interministeriel (diplomatie) , Le directeur interministériel des systèmes d'information et de communication de l' etat , premier minstre , paris 8/11/2012 , pdf
5- Federation e- commerce et vente a distance (FEVAD) at the link : www.fevad.com
6- Direction Interministérielle du Numérique (DINUM) , MINISTÈRE DE LA TRANSFORMATION ET DE LA FONCTION PUBLIQUES, at the link https://www.transformation.gouv.fr/
7- Les métiers du commerce, de la vente et de la grande distribution, des Chambres de commerce et d'industrie, at the link :https://www.cci.fr/

List of sources:

• Arabic sources

1- Books:

1. Ibrahim Al-Aissawy, E-commerce, 1st ed., Academic Library, Cairo, 2003.
2. Ibrahim Bakhti, E-commerce, Concepts of Application Strategies in the Institution, University Publications Office, 1st ed., Algeria, 2005.
3. Khaled Mamdouh Ibrahim, Concluding the Electronic Contract, a Comparative Study, Dar Al-Fikr Al-Jami'i, 1st ed., Egypt, 2011.
4. Najm Aboud Najm, Electronic Management (Strategy, Functions, Problems), Dar Al-Marja' for Publishing and Distribution, Riyadh, 2004.
5. The Joint Arab Strategic Vision for the Digital Economy, League of Arab States, 1st ed., Egypt, 2019.
6. Saad Ghaleb and Bashir Abbas, Electronic Business, Dar Al-Manahij, 1st ed., Jordan, 2004.
7. Abdul Aziz Abdul Rahim, Trade Exchange, Globalization and E-commerce, Dar Al-Hamed for Publishing and Distribution, Jordan, 2004.
8. Muhammad Salih Al-Hanawi and others, Introduction to Business in the Age of Technology, Dar Al-Jamiah, Alexandria, 2004.
9. Al-Sayed Ahmed Abdel Khaleq, E-commerce and Globalization, Publications of the Arab Organization for Administrative Development, Cairo, 2006.
10. Sims Robb and others, E-commerce, E-commerce, Dar Al-Farouk, Cairo, 2001.
11. Wafaa Fawzy, Digital Commerce in Iraq: Challenges and Opportunities, Al-Bayan Center for Studies and Planning, July / 2023, pdf.

2- Scientific Journals:

1- Basma Ali Ihsan, E-commerce, its concept, advantages and reality of Arab countries, University of Babylon, College of Engineering, Journal of Baghdad College, Baghdad College of Economic Sciences University, 2012, Issue 32.
2- Samira Nehme, The concept of e-commerce, its advantages and its impact on Arab society, Al-Qadisiyah Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (10), Issue (2), 2008.

3- Alawi Muhammad Lahsan and Moulay Lakhdar Abdul Razzaq, Mechanisms of e-commerce as a tool to activate inter-Arab trade, Fourth International Forum on Modernizing the Payment System in Algerian Banks, University Center, Khamis Miliana, April 26-27, 2011.
4- Mohsen Khader Abbas and Mustafa Rashid Ali, Analysis of the impact of e-commerce on development in the environment of Arab countries, Dinars Magazine, Issue (22), Baghdad, 2021.
5- Ahmed Abdullah Al-Awadhi, Factors affecting marketing and e-commerce, Economy and Society Magazine, Issue 6, Kuwait, 2010.
6- Hassan Taher Sharif, Dr. Taqrourt Muhammad and Dr. Hassan Taha, Requirements for the success of e-commerce in Arab countries, Journal of Contemporary Business and Economic Studies, Volume (3) Issue (3), Algeria, 2020, p. 116.
7- Mays Asaad Ghaid Al-Hassan and Hanaa Abdel Ghaffar, Assessing the extent of Iraq's readiness to enter e-commerce, Iraqi Journal of Economic Sciences, Issue (69), Baghdad, 2021,
8- Wadan Bouabdallah and Mishikel Abdel Fattah Elias, Reality and Challenges of E-Commerce in Arab Countries, Buadaks Notebooks Magazine, Issue (2), Algeria, 2019.
9- Jamal Qasim Hassan and Mahmoud Abdel Salam, E-commerce Arab Monetary Fund, Issue (20), United Arab Emirates, 2021.
9- Tawfiq Helmy, Creativity and E-commerce in a Changing World, presented to the Conference on Creativity and Knowledge Economy, Petra University, Jordan, March 2005.
10- Ndambwa, Biggie Joe, and Given Moonga. "Decentralising Climate Governance in the Global South: Lessons from Itezhi-Tezhi and the Kafue Wetlands, Zambia." *Journal of Contemporary Governance and Public Policy* 5.1 (2024).
11- Taha, Lect Jasim Muhammed. "Cyber Threats and Their Impact on the US National Security." *Tikrit Journal For Political Science* 2.32 (2023).
12- Issa Draji, Challenges of E-commerce in Arab Countries, the Fourth International Conference on Modernizing Payment in Algerian Banks and the Problem of Adopting E-commerce in Algeria, University Center, Hamis Miliana, April 26, 2011.
13- Sattar Jabbar Khalil, The Economic Importance of E-commerce and the Possibility of Applying It in Iraq, Al-Mustansiriya Journal of Arab and International Studies, Issue 27, Iraq.
14- Tarshi Muhammad and Dr. Bouflih Nabil, E-commerce in Arab Countries between Reality and Hope, North African Economics Magazine, Issue (19), Algeria, 2018.
14- French Ministry of Industry and Trade, for more information see the following link: www.finances.gouv.fr
15- United Nations Commission on International Law (UNCITRAL), for more information see: www.unicetral.org.
16- Single Digital Market of Europe, for more information see: www.ec.europa.digital-market/en/politicies/shoping-single-market.