

أثر تكنولوجيا المعلومات على تطور التجارة الدولية في العراق ومصر

هناك عدالت حسن المختار - مدرس مساعد - جامعة الموصل

أ.د/ صبري احمد ابو زيد - رئيس قسم الاقتصاد - جامعة قناة السويس

د/ نصر سالم خليل - استاذ الاقتصاد - جامعة قناة السويس

الملخص :

في هذا البحث سوف نقوم بدراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على تطور التجارة الدولية في العراق ومصر نعم هناك تأثير لتكنولوجيا المعلومات على تطور التجارة الدولية في العراق ومصر وذلك لزيادة اهمية التكنولوجيا والاتصالات في تطور التجارة الدولية وتحولها الى تجارة الكترونية .

التساؤل: ماهي المؤشرات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالتالي كيف تؤثر على تطور نمو التجارة الدولية؟

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات - تطور التجارة الدولية

Abstract :

In this research, we will study the effect of information technology on the development of international trade in Iraq and Egypt. Yes, there is an effect of information technology on the development of international trade in Iraq and Egypt because of the importance of technology and communication in the development of international trade and its transformation into electronic commerce.

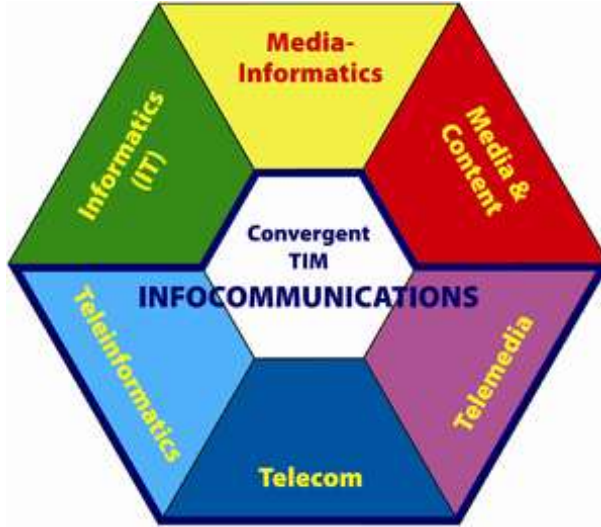
Question: What is the reality of using information and communication technology in Iraq and Egypt?

Key words: information technology - development of international t

أولاً: المقدمة:

كثيراً ما يستخدم مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات Information and communications technology باعتباره مرادفاً موسعاً لتكنولوجيا المعلومات (IT)، ولكنه مصطلح مختلف، فهو أكثر تحديداً لأنه يشدد على دور unified communications الاتصالات الموحدة وتكامل الاتصالات Telecommunication (خطوط الهاتف وإشارات لاسلكية)، أجهزة الكمبيوتر وكذلك المشاريع والبرامج اللازمة Enterprise software ، الوسيلة Middleware، والتخزين، وأنظمة السمعية والبصرية، التي تمكن المستخدمين من الوصول إليها، وتخزين، ونقل، ومعالجة المعلومات. استخدامات عبارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل الباحثين الأكاديميين منذ الثمانينات، ولكنها أصبحت شعبية بعد ان استخدمت في تقرير لحكومة المملكة المتحدة من قبل دينيس ستيفنسون دنيس ستيفنسون في عام ١٩٩٧. وفي المنهاج الوطني المنقح لإنجلترا وويلز وأيرلندا الشمالية National Curriculum في عام ٢٠٠٠.

ويتم الآن استخدام المصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أيضاً للإشارة إلى التقارب بين الشبكات السمعية والبصرية والهاتف مع شبكات الكمبيوتر من خلال كابل واحد أو نظام ربط واحد. هناك حوافز اقتصادية كبيرة (وفورات في التكاليف الضخمة بسبب تجاوز شبكة الهاتف) لدمج الأنظمة السمعية والبصرية، وإدارة المباني وشبكة الهاتف مع نظام شبكة الكمبيوتر باستخدام نظام موحد واحد من الكابلات، وتوزيع الإشارة والإدارة.



موشور الآقارب الرقمي: الإآصلاآ المآلومآية آآديد المواقآ

وبعد الآطوراآ الهائلة الآي آآآآ في المجالات الآآارية وازدحام الاسواق بالشركاآ المآعدة والمآنوعة واشآداد آدة المنافسة بين هآه الشركاآ لآآقيق الارباح ظهر مايعرف بالآآارة الالكآرونية. وسيتناول البآآ مشكلة الآول الى المآآمع المآرفي في العراق ومصر لمواكبه الآطوراآ الآاصلة وزيادة اهمية الآآنولوجيا والآصلاآ في آطور الآآارة الدولية وآولها الى آآارة الكآرونية .

آانياً: مشكلة الآراسة: ((Study Problem))

آآمن مشكلة الآراسة في ضرورة الآول الى المآآمع المآرفي بسبب زيادة اهمية آآنولوجيا المآلومآ والآصلاآ آآآ ان الآآارة الآديثة أصبآآ آآآمد على آآنولوجيا المآلومآ بصورة واسعة.

وآظهر معالم الاشكالية في الآساؤل الرآيسي الآالي:

. ما هو واقآ اسآآام آآنولوجيا المآلومآ والآصلاآ في العراق ومصر؟

ثالثاً: فرضية الدراسة: (Study Hypotheses)

انطلاقاً من مشكلة الدراسة، تم وضع فرضية رئيسية وهي : ماهو اثر مؤشرات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على تطور ونمو التجارة الدولية للعراق ومصر .

رابعاً: اهداف الدراسة: (Study Objectives)

تهدف الدراسة الى:

- عرض تجربة العراق ومصر في التجارة الالكترونية وبيان اثر تكنولوجيا المعلومات على تطور التجارة الدولية للدولتين.

خامساً: اهمية الدراسة: (Study Importance)

تستمد الدراسة اهميتها من اهمية تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تطور ونمو التجارة الدولية.

سادساً: منهجية الدراسة: (Study Method)

اعتمدت الباحثة في تكوين الإطار النظري على الكتب والادبيات والدوريات العلمية العربية والاجنبية. والابحاث العلمية المتخصصة التي تناولت موضوع الدراسة او بعض جوانبها اضافة الى المؤتمرات والرسائل والاطاريح الجامعية والنشرات والتقارير المحلية والعالمية ومواقع الانترنت المختلفة

سابعاً: حدود الدراسة: (Study Boundaries)

- الحدود المكانية: Place Boundaries

يتبين من خلال عنوان البحث ان الحدود المكانية للدراسة هي دولة العراق ومصر.

- الحدود الموضوعية:

سوف تقتصر الدراسة على دراسة اثر مؤشرات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على تطور ونمو التجارة الدولية للعراق ومصر .

إثر تكنولوجيا المعلومات على تطور التجارة الدولية في العراق ومصر

المقدمة:

مع زيادة دواعي العولمة والانتشار الواسع لشبكة المعلومات كأحد مظاهر العولمة بدأ الاستخدام التقني بالتسويق والتجارة للعديد من الشركات والمؤسسات التجارية والغير تجارية، وإن سيادة التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية يعني تعميقاً لتواجد شبكة الإنترنت في الدائرة الاقتصادية الوطنية، بحيث يسري حجم كبير من أنشطة التجارة والأعمال ضمن البيئة الرقمية للإنترنت، ويتم بيع السلع وعرض الخدمات من خلال الشبكات المعلوماتية.

وعلى الرغم من أن الإنترنت في بداية استخدامه في الأعمال التجارية لم ينظر إليه على أنه وسيلة اتصال أساسية، فإنه يوجد اليوم كأحد أهم الوسائل الإستراتيجية التي تسعى المنظمات إلى تحقيق أهدافها من خلاله، فالخدمات التي تقدمها هذه الوسيلة لأنشطة الأعمال عديدة، وذات فوائد غير محدودة، وهي ليست للمنظمات فحسب، بل لجميع الأطراف المشاركة في عمليات التبادل من عاملين، وسطاء، وكلاء، موردين، عملاء. . . إلخ

مفهوم ونشأة التجارة الإلكترونية

بعد انتشار الإنترنت بشكل واسع في العالم والذي سهل الكثير من الامور أصبح العالم يبدو صغيراً جداً. ولم يقتصر ذلك على الاتصال وتبادل المعلومات بل تعدى إلى ظهور ما يسمى التجارة الإلكترونية وهي عملية البيع والشراء عبر الإنترنت وهذا هو المعنى الضيق لهذا المصطلح، حيث وفرت الكثير من الامور من بينها التكاليف التي كانت تعاني منها الكثير من الشركات وكانت شاغلهم الأكبر. حيث أصبح بالإمكان لا أصحاب رؤوس الاموال الصغيرة ان يدخلوا الى عالم التجارة بسهولة ويسر ويستثمروا ما لديهم من اموال.

اولاً: مفهوم التجارة الالكترونية

هناك العديد من المفاهيم التي توصف التجارة الالكترونية وغاية المؤلف او الباحث والتي تصف طبيعة هذه التجارة ومايتعلق بها من ممارسات ونشاطات بسبب اختلاف انشطة تطبيقات التجارة الالكترونية وتباين الاطراف المشاركة فيها حيث تعد التجارة الالكترونية بين اطراف متعددة عبر الوسائل الالكترونية فضلا عن ان مفهوم التجارة الالكترونية بعامة يندرج تحت مفهوم اوسع هو مفهوم الاقتصاد الرقمي.

فالتجارة الالكترونية (e-commerce) هي مزاولة النشاط التجاري عبر انظمة الكمبيوتر والشبكات مثل الانترنت (Internet) وشبكة نظام اللوحات الاخبارية (BB- bulletin board system) ولا تقتصر التجارة الالكترونية على عمليات البيع، بل تشمل عمليات الاعلان التجاري، وتبادل البيانات الكترونيا (EDI- Electronic Data interchange) وانظمة نقطة البيع (pos sestems). ويرتبط نمو التجارة الالكترونية بنمو تقنيات الحركات المالية وضمان امنها.

وهناك العديد من التعريفات للتجارة الالكترونية، ولا يوجد تعريف موحد عالميا بهذا الشأن، فنجد ان :

منظمة التجارة العالمية (W.T.O) التي عرفت التجارة الالكترونية بانها: النشاط التجاري الذي يشمل عملية انتاج وترويج وتسويق وبيع وتوزيع المنتجات من سلع وخدمات من خلال شبكة اتصالات الكترونية.

ومنظمة التجارة الدولية تعرفها: على انها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية.

ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: تعرفها بانها صفقات تجارية تنجز من خلال الشبكات المفتوحة.

ونجد ان عالم الاتصالات يعرفها على انها وسيلة من اجل اوصول المعلومات او الخدمات او المنتجات عبر خطوط الهاتف او عبر شبكة الكمبيوتر او عبر اي وسيلة تقنية.

واخيرا **الخدمات** : فتعرف التجارة الالكترونية على انها اداة من اجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمات والزيادة من كفاءتها والعمل على تسريع اوصول الخدمة.
وهناك تعريفات اخرى للتجارة الالكترونية منها:

- هي نوع من عمليات البيع والشراء التي تتم ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم وبعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- إنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة وأساليب التقانة بغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء.
- هي مفهوم جديد يشرح عملية البيع والشراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوتر ومن ضمنها الانترنت.

ومن خلال ما تقدم من التعاريف السابقة فأنا نتوصل الى ما يلي:

ان التجارة الالكترونية هي عملية تبادلية تجارية كانت او خدمية ووجود عدة اطراف تتعامل مع بعضها البعض ووجود جانب تكنولوجي او الكتروني عند تطبيقها اذ انها لا تتطلب اجتماع اطراف التعامل كما انها لا تشترط وجودهم او اتصالهم بصورة مباشرة. وتساعد على رفع الكفاءة في الاداء وتحقيق الفاعلية في العمل. من خلال تطوير الاسواق التجارية وجعلها اسواق مفتوحة امام الزبائن بغض النظر عن الموقع الجغرافي اذ انها تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تعيق حركة التعاملات التجارية.

ثانيا: نشأة التجارة الالكترونية

لم يكن مفهوم التجارة الالكترونية بالشكل الذي عليه الان اذ لم توفر هذه التطبيقات بديلا اقتصاديا قابلا للانتشار الا بعد ما حصل من تطورات تكنولوجية واسعة في الالكترونيات ووسائل الاتصال حيث اصبحت في متناول المؤسسات والشركات بمختلف انواعها واحجامها وذلك لرخص ثمنها وصغر حجمها وسهولة استخدامها. ورافقت هذه التطورات التكنولوجية تحولات ادارية وتنظيمية في الاتصالات اتجهت نحو تحرير هذا القطاع الهام من العديد من التشريعات التي تحتكر استخدامه وتوفر

الخدمات التقليدية التي تقتصر على استخدام الشبكات للاتصالات الهاتفية ولا تعطي اهتماما كافيا لخدمات ترانس البيانات والخدمات المتطورة الأخرى. وأدى التطور المستمر في تقنية المعلومات والاتصالات (ICT) في مطلع التسعينات من القرن التاسع عشر إلى ظهور شبكة الإنترنت وانتشارها بشكل سريع في جميع دول العالم حيث أصبحت وسيلة هامة لا نجاز المعاملات بأساليب الكترونية ومع زيادة عدد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم تنوعت استخدامات شبكة الإنترنت والاستفادة منها في مختلف نواحي الحياة، ومن بينها مجال التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية سلعية كانت أو خدمة من بيع اوشراء وتسويق وترويج واعلان وغيره.

ويعود تاريخ ثورة التجارة الإلكترونية إلى سنة ١٩٩٤، حيث قام أحد الشبان يبلغ عمره ٢٩ عاما يدعى jeff Bezos يعمل كمحلل ومدير مالي. اخذه النمو السريع في مجال الإنترنت وتطلعه إلى طريقة الاستفادة المالية من هذه الاداة الجديدة إلى وضع قائمة من عشرين منتجا يمكنها ان تجد سوق رائعة على شبكة الإنترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من ان الكتب جاءت في المرتبة الأولى من هذه القائمة. وقد بلغ رقم اعمال الشركة التي اسسها (Amazon. com) لبيع الكتب (٢) مليون دولار في السنة، ومع النمو السريع لشركة Amazon قرر Bezos خلق روابط مع شركات بيع الكتب الأخرى ليتقاسم معهم الحصة عن طريق مواقعهم.

اضافة إلى هذا ومع استمرار نمو الشركة وتوسعها بدأت سنة ١٩٩٨ ببيع الاقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو (DVD)، وزيادة على ذلك قام Bezos بتشجيع زبائنه الأولين على تقديم مراجعات للكتب من خلال الانتقادات والتوصيات الودية. وبالتالي أصبحت شركة Amazon تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة بما فيها الإلكترونيات، البرمجيات، الفنون والاجهزة المنزلية، وبهذا أصبح Bezos وشركته Amazon واحدة من قصص النجاح الأولى والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية.

ثالثاً:- أنظمة الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية

إن ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها تطلب إيجاد وسيلة للدفع مقابل السلع والخدمات، لهذا استحدثت وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة بما يشملها مفهومها من إجراءات وأنواع المعاملات التجارية وتتمثل في البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وهي:

أ- النقود الإلكترونية: (البلاستيكية)

هي بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية مثل الكروت الشخصية، التي يستطيع حاملها استخدامها في شراء احتياجاته وأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة. قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الاتلاف. وتنقسم هذه النقود إلى ثلاثة أقسام:

١) **بطاقات الدفع الإلكتروني:** تسمى بطاقة بلاستيكية ممغنطة وهي بطاقات مدفوعة سلفاً تكون القيمة المالية مخزنة فيها، ويمكن استخدام هذه البطاقة للدفع عبر الإنترنت وغيرها من الشبكات كما يمكن استخدامها في نقاط البيع التقليدية.

تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناءً على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمواجهة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة وتتميز بانها توفر الوقت والجهد للعملاء وتزيد إيرادات البنك المصدر لها.

٢) **البطاقات الائتمانية:**

هي بطاقات تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتستخدم كأداة ضمان وتتميز بتوفير الوقت والجهد لحاملها وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها.

٣) **بطاقات الدفع الشهري:**

تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الائتمان من حيث أن السداد يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب.

ب- البطاقات الذكية:

وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية تحتوي هذه البطاقات على معلومات صاحبها ويمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات السابقة الذكر، حيث تحمل كل المعلومات والتفاصيل والبيانات.

ويختارها العميل للتعامل بها لما لديها من ميزات، كميزة الدفع الفوري وإمكانية تحويلها لحافضة نقود إلكترونية تملء وتفرغ أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل وتعتبر بطاقة عالمية لأنها تسمح للعميل باختيار طريقة للتعامل سواء كان ائتمان او دفع فوري. ومن الامثلة على البطاقة الذكية بطاقة المندكس Mondex card التي تم طرحها لعملاء المصارف حيث توفر لهم العديد من المزايا لسهولة استخدامها وادارتها مصرفيا وامن الاستخدام لوجود ضوابط امنية محكمة وامكانية التحويل من رصيد بطاقة اخرى من خلال الات الصرف الذاتي او اجهزة التلفون العادي او المحمول.

رابعاً: فوائد التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية فوائد عديدة وكما موضحة ادناه:

- انها تتيح لبعض البضائع ان تباع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع اصحاب الدخل المنخفض من شراء مثل هذه البضائع مما يعني انها تساهم في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.
- خفض كلفة الايدي العاملة لأنها تعمل على الغاء مجموعة من الوظائف التي تحتاجها الشركات بشكل كبير كذلك التي تحتاج الى اعداد كبيرة من الموظفين والعاملين
- تخلق فرص للعمل الحر
- تسهل وصول الخدمات للأفراد العامة مثل الرعاية الصحية والتعليمية والخدمات الاجتماعية بتكلفة منخفضة وجودة اعلى .

خامسا: تطور التجارة الالكترونية في العراق ومصر

١) تطور التجارة الالكترونية في العراق

على الرغم من أن اعتماد الإنترنت كمشروع بحث تم إنشائه في الولايات المتحدة عام ١٩٦٩، إلا أن التجارة الإلكترونية كانت قد ظهرت في العقد الأخير من القرن العشرين، لنشر بظهور تحولات هيكلية وتنظيمية في اقتصاديات الدول وتنظيم المؤسسات وسلوك المستهلكين ونشاطات الحكومات، ونجد أن التجارة الإلكترونية اليوم تساهم بإنجاز العديد من العمليات التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية والمراسلات الإلكترونية والصوت والصورة للراغبين بالتعامل من خلال شبكة الإنترنت. ولم يكن ذلك ليحصل لولا التطورات المتسارعة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية، الأمر الذي ساهم بشكل فاعل في تحول الاقتصاد من اقتصاد حقيقي (يُعنى بحركة السلع والخدمات) الى اقتصاد رمزي يقوم على المعرفة و(يُعنى بحركة رؤوس الأموال بما في ذلك تقلبات أسعار الفائدة وتدفقات الائتمان)،

وان الاهتمام بالتجارة الالكترونية في العراق وتوفير البنية التحتية لها والظروف المساعدة على تطويرها ينعكس ايجابا على مجمل الواقع الاقتصادي في العراق ويحقق ارباحا كبيرة يمكن ان تسهم بشكل واسع في تعزيز النمو والتطور الاقتصادي في البلد.

وعلى الرغم من حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية في العراق الا انها تشهد في الآونة الاخير نموا متسارعا نتيجة كثرة مواقع التواصل الاجتماعي عبر (بيجات) خاصة لترويج السلع مع خدمات التوصيل المنزلي، فقد يرى عدد من المختصين في الشأن الاقتصادي ان التجارة الالكترونية لها مزايا عدة للمواطنين من ناحية اختيار السلعة بتأني عبر تصفح مواقع الالكترونية وايصالها اليه، الا انهم في الوقت ذاته تخوفوا من استغلال هذه التقنية الجديدة من قبل بعض الخارجيين عن القانون لتكون مواقع للنصب والاحتيال.

والتجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة تجعل العراق يواكب التطورات في العالم لاسيما في مجال الاقتصاد والتسوق فكلما اقتربت الدول والمجالات التجارية والشركات الدولية كلما كان دافعا قويا نحو تقوية الاقتصاد العراقي والتجارة في العراق. و يجب ان تكون هناك دائرة تحكم من قبل الحكومة لكي لا يكون هناك حرمان حقوق او نوع من الغبن لبعض المواطنين خاصة عند استغلالها من قبل بعض اللصوص او بصفة النصب والاحتيال.

وتنتشر مواقع الكترونية متعددة منها مواقع السوق المفتوح لبيع وشراء السيارات وكذلك مواقع لبيع الاثاث والادوات المنزلية فضلا عن وجود (بيجات) خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لعرض السلع المنزلية.

وهناك اشخاص يعرضون منتجاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) من خلال عرض تفاصيل لاحداث الموضات ويتم مراسلتهم من قبل الزبائن لاعطائهم القياسات الخاصة ليتم ايصالها الى الزبون بعد فترة قصيرة جدا.

وان هذا النوع من التجارة ظهر في العراق منذ العام ٢٠٠٧ ولكنه كان ظهورا ضعيفا بسبب الاوضاع آنذاك، الا ان هذا النشاط من التجارة عاد للظهور بقوة بعد بروز مواقع الكترونية عراقية تعلن عن بيع السلع الشخصية والحاجات الصغيرة الى ان وصلت مرحلة تخصصت فيها هذه المواقع لتبيع العقارات والسيارات وغير ذلك.

وان نمو شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وزيادة تأثيراتها على قرارات الشراء والتسوق نتيجة التفاعل المتزايد بين مستخدمي تلك الشبكات ودورها في توسيع هذه التجارة لتخرج من اطارها المحلي الى الاقليمي والخارجي.

وكذلك فان تنشيط هذه التجارة وتفعيلها بصورة أكبر يتطلب تطوير وسائل الدفع الإلكتروني لتلبية متطلبات المستهلكين في المنطقة، بما يضمن لهم ادخال الاموال الى العراق من ارصدتهم في الخارج، ولا يخفى ان ادخال الاموال الى البلد اصعب منه اخراجها وتحويلها بسبب الاجراءات الصارمة في منع عمليات غسل الاموال.

ويجب النظر الى اهمية فتح الاعتمادات الالكترونية في المصارف للحوالات الخارجية خصوصا لمستخدمي حسابات الفيزا والماستر كارد كونها واسعة الانتشار والتعامل فيها بصورة واسعة في بلدان العالم كافة. وهذا كله يتطلب وجود تحويل الكتروني للاموال.

وتعتبر عمليات التحويل الالكتروني للأموال من أهم وسائل التقدم العلمي التي أفرزتها التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية وأكثرها انتشاراً، فقد أصبحت هذه العمليات المنافس الأول لوسائل الوفاء التقليدية كالشيكات على سبيل المثال، وتطورت لتأخذ أشكال متعددة تتوافق مع طبيعة العصر الحالي ومتطلبات زبائن البنوك والمؤسسات المخولة بالتعامل بالتحويلات المالية.

ومن الجدير بالذكر أن المشرع العراقي قد نظم عمليات التحويل الالكتروني للأموال بشكل عام من خلال قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ في المواد (٢٤) إلى (٢٧) تحت عنوان التحويل الالكتروني للأموال. ولقد خول القانون أعلاه البنك المركزي العراقي تنظيم أعمال التحويل الالكتروني للأموال بما في ذلك اعتماد وسائل الدفع الالكتروني وإجراءات تصحيح الأخطاء وفق نظام يقترحه البنك المركزي العراقي.

ويشتمل التحويل الالكتروني للأموال على صوراً عدة منها تتعلق بالتحويل الالكتروني للأموال حسب البنوك المتداخلة في هذه العملية ومنها حسب المستفيد من هذه التحويلات أو حسب سرعة التحويل، وأخيراً حسب نوع الحوالة.

بالإضافة إلى ذلك هنالك التزامات عدة تقع على عاتق البنك أو المؤسسة المالية كونها هي المسؤولة عن إدارة هذا النظام وهذه الالتزامات قد تتعلق بأداة التحويل أو بإثباتات عمليات التحويل. وأخيراً تبقى وسائل التحويل الالكتروني للأموال من الوسائل الحديثة والتي يجب على البنوك والمؤسسات المالية الاعتماد عليها وذلك لسهولة استخدامها من طرف العميل وسرعة اتصاله بواسطتها مع البنوك، كما أن البنوك يمكنها أن تقوم بإرسال كشوفات حساباتها بواسطة هذه الوسائل إذا ما تم تأمينها بشكل تثبت فيه موثوقيتها وجدارتها الأمنية.

- نمو التجارة الإلكترونية في العراق

ان هذا النوع من التجارة ظهر في العراق منذ العام ٢٠٠٧ ولكنه كان ظهورا ضعيفا بسبب الاوضاع آنذاك، و ان هذا النشاط من التجارة عاد للظهور بقوة بعد بروز مواقع الكترونية عراقية تعلن عن بيع السلع الشخصية والحاجات الصغيرة الى ان وصلت مرحلة تخصصت فيها هذه المواقع لتبيع العقارات والسيارات وغير ذلك. وكان لنمو شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وزيادة تأثيراتها على قرارات الشراء والتسوق نتيجة التفاعل المتزايد بين مستخدمي تلك الشبكات ودورها في توسيع هذه التجارة لتخرج من اطارها المحلي الى الاقليمي والخارجي. كما ان تنشيط هذه التجارة وتفعيلها بصورة أكبر يتطلب تطوير وسائل الدفع الإلكتروني لتلبية متطلبات المستهلكين في المنطقة، بما يضمن لهم ادخال الاموال الى العراق من ارصدهم في الخارج، الا ان ادخال الاموال الى البلد أصعب منه اخراجها وتحويلها بسبب الاجراءات الصارمة في منع عمليات غسل الاموال.

ويجب النظر الى اهمية فتح الاعتمادات الالكترونية في المصارف للحوالات الخارجية خصوصا لمستخدمي حسابات الفيزا والماستر كارد كونها واسعة الانتشار والتعامل فيها بصورة واسعة في بلدان العالم كافة.

ويتمثل الإطار العام للتجارة الإلكترونية من خلال القيام بالنشاطات التجارية الاقتصادية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة (الانترنت، الحواسيب... الخ)، إذ سيتم التعامل المصرفي وخدمات الزبائن والإعلانات وكل ما يتعلق بخدمات البيع والشراء بوسائل تقنية، إلكترونية حديثة ومتطورة وهذا يتطلب قدرات عقلية تتميز بمستويات عالية معتمدة على المعرفة وقد قامت أغلب المصارف العراقية الحكومية والأهلية ومنها (البنك المركزي العراقي، المصرف العراقي للتجارة، المصرف العقاري، المصرف الصناعي، مصرف بغداد، ومصرف الاستثمار وغيرها) بإنشاء مواقع إلكترونية ولكن المطلوب حقيقة هو اللجوء إلى حلول عملية و سريعة مثل التسديد المباشر عبر الانترنت و البطاقات البنكية للدفع و السحب.

كما أنه لا يمكن الحديث عن تجارة إلكترونية فعلية دون وجود قطاع بنكي متطور، الأمر الذي يفرض على النظام المصرفي في العراق ديناميكية أكبر في تقديم الخدمات. وتعاني المنظومة البنكية في العراق من تراكم مشاكل عديدة تقف أمام تطورها وعانقا في وجه هذا الاستثمار، لعل أهمها ضعف المعلومة الاقتصادية، وعدم إكمال البنية التحتية في مجال تكنولوجيا المعلومات عن مواكبة التحولات الراهنة، وغياب اليد العاملة المؤهلة وعدم وجود الإطار القانوني الذي يوصف التجارة الإلكترونية و يضع الضوابط القانونية التي تسهل انسيابيتها وتمنع أعمال أو جرائم القرصنة عليها وينظم أعمالها، إذ أن هناك ضعف في السيطرة على سلامة المعلومات وامنها، وكذلك عملية الدفع لتسهيل المبادلات أو المعاملات التجارية .

١ - تطور التجارة الإلكترونية في مصر

ادركت جمهورية مصر العربية أهمية الدخول إلى عصر العولمة وزيادة قدرتها التنافسية والوصول إلى المستهلك العالمي عن طريق تطبيق التجارة الإلكترونية فبدأت بتشكيل لجنة قومية من المختصين في مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة مجلس الوزراء ووزارة التجارة ووزارة العدل والغرف التجارية واتحاد بنوك مصر والجمعية المصرية للإنترنت وذلك لبحث كيفية تطبيق هذه التجارة ووضع الضوابط الفنية والتشريعية والاقتصادية والمعلوماتية اللازمة وتوفير الحماية اللازمة للمعلومات المتبادلة من خلال الشبكة الدولية خاصة المعلومات الخاصة بالعملاء في البنوك وغيرها من المعلومات التجارية والمالية.

٢ - نشأة وتطور التجارة الإلكترونية في مصر

تولي جمهورية مصر العربية اهتماما كبيرا بالتجارة الإلكترونية باعتبارها من التطورات العالمية المرتبطة بالعولمة والنظام الاقتصادي العالمي الجديد، فقد قامت مصر بتكوين لجنة للتجارة الإلكترونية عام ١٩٩٧ تابعة للجمعية المصرية للإنترنت وذلك من أجل وضع رؤية مستقبلية لوضع مصر على خريطة التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، وفي عام ١٩٩٨ تم انشاء عشرة مواقع لتقديم

بعض التعاملات التجارية من خلال الانترنت وازداد العدد ليصبح ١٨٤ موقعا عام ٢٠٠٠.

وتعتبر جمهورية مصر العربية من الدول التي تعهدت عام ١٩٩٨ بعدم وضع أي قيود أو معوقات على التجارة الالكترونية مثل الجمارك أو الضرائب وقامت بتشكيل لجنة تشريعية دائمة تحت إشراف وزارة العدل وتضم في عضويتها وزارات قطاع الأعمال العام ومركز معلومات مجلس الوزراء واتحاد الصناعات ووزارات التجارة الخارجية وقطاع التعاون الدولي وذلك من أجل وضع تصورات قانونية وإجرائية لتطبيق التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياها والحد من مخاطرها. كذلك قامت جمهورية مصر العربية بتأسيس أول شركة عربية للتجارة الإلكترونية من خلال الإنترنت مقرها مدينة القاهرة، وهي الشركة العربية للاتصالات وتهدف إلى تقديم خدمات عربية عبر شبكة الإنترنت من خلال سوق العرب الإلكترونية للعمل على تنشيط التجارة الدولية للدول العربية.

وكذلك نجد ان وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تسعى بسرعة لإصدار قوانين ملائمة للتجارة الإلكترونية، ولتوفير نظم أمانة للدفع المباشر، وتطوير الخدمات المالية الآنية، والتنسيق مع الأجهزة الحكومية الحالية مثل السلطة الجمركية لتسهيل حركة التجارة، اما بالنسبة للكيانات الرئيسية الأكثر تعاملًا مع التجارة الإلكترونية في مصر فتمثل في جمعية الانترنت في مصر ولجنة التجارة.

وقامت مصر بتأسيس أول شركة عربية للتجارة الإلكترونية من خلال الانترنت مقرها مدينة القاهرة، وهي الشركة العربية للاتصالات وتهدف إلى تقديم خدمات عربية عبر شبكة الإنترنت من خلال سوق العرب الإلكترونية للعمل على تنشيط التجارة الإلكترونية للدول العربية، وتعهدت بعدم وضع أي قيود أو معوقات على التجارة الإلكترونية مثل الجمارك أو الضرائب.

وفي عام ٢٠٠٢ تم بناء نظام السوق الإلكتروني الذي يهدف إلى زيادة النشاط التجاري وحركة التجارة البينية بين الدول العربية وفتح أسواق إلكترونية لتبادل السلع والخدمات عن طريق الشبكات الإلكترونية، بحيث يأخذ التعامل داخل الموقع الشكل

الموثوق فيه من حيث التعاملات التجارية، ويتضمن الموقع خدمات تبادل الفرص التجارية، الأدلة التجارية، الكتالوج الإلكتروني، المزادات الإلكترونية، المناقصات ومعلومات وبيانات اقتصادية عن الدول العربية.

وقامت مصر بالتجاوب مع السوق العالمية في إطار النظام الاقتصادي العالمي الجديد بالتفكير في إنشاء أول سوق إلكترونية للصناعة المصرية، كما تم تشكيل لجنة التكنولوجيا باتحاد الصناعات المصرية حيث تختص بتحقيق عدة أهداف أساسية تشمل ميكنة العمل بالإدارات المختلفة للاتحاد وتحديد أساليب استخدام التكنولوجيا بصفة عامة، ورفع القدرة التنافسية للمنتجات المصرية، لجذب الاستثمارات الأجنبية، والسوق الإلكترونية تخدم المنشآت الصناعية الأعضاء باتحاد الصناعات والتي يقدر عددها بنحو ٢٣ ألف منشأة في ١٥ غرفة صناعية.

وقامت مصر في عام ٢٠٠٢م بالتوسع في تطبيقات التجارة الإلكترونية مع نقاط التجارة الفرعية، من خلال تطبيق المراحل التنفيذية الأولية لمجالات التجارة الإلكترونية، بالتعاون مع البنوك المتخصصة في أنشطة وسائل الدفع الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني " مصر سيتي بنك"، وبالمشاركة مع ٣٠ مصنعاً متميزاً في مدينة ٦ أكتوبر تمهيداً للتعميم على باقي النقاط.

وتم تكوين مجموعات عمل مع الوزارات والجهات المعنية لمناقشة كيفية عمل التخليص الجمركي وتحويلات البنوك عن طريق الإنترنت، والتي تسمى تجارة الخدمات المصاحبة للصفقة، ويتم عبر شبكة الانترنت الترويج للمنتجات المصرية المتميزة لأكثر من ٢٠٠٠ مصنع مصري، ونشر البيانات التفصيلية عن أكثر من ٧٠٠٠ مصنع مصري بالإضافة إلى تعريف العالم بـ ٤٠٠٠ مصدر مصري كل حسب نشاطه على الصفحة الإلكترونية الخاصة بنقطة التجارة الدولية على شبكة الانترنت العالمية، وأنشأت مصر نقطة التجارة الدولية كإحدى آليات خدمة الاقتصاد المعرفي وتجمع الاعمال من توكسوس المصري ومجتمع الأعمال، من أجل توسيع قاعدة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، وترتبط نقطة التجارة الدولية المصرية بحوالي ١٤٨ نقطة تجارة على مستوى العالم موجودة في ١٣٠ دولة، وقد تم

عرض إنتاج أكثر من ٢٠٠٠ مصنع مصري ونشر بيانات عن أكثر من ٧٠٠٠ مصنع، وكذلك أكثر من ٤٠٠٠ مصدر مصري، وذلك على الصفحة الإلكترونية الخاصة بنقطة التجارة الدولية على شبكة الإنترنت العالمية.

وترتبط نقطة التجارة الدولية المصرية بحوالي ١٤٨ نقطة تجارة على مستوى العالم في ١٣٨ دولة. وقد بلغت عدد الفرص الواردة من خلال شبكة الإنترنت في عام ٢٠٠٢م للسوق المصري ٨٤٣٩ فرصة تصدير، ووصل عدد المستفيدين منها إلى ٥٧٣٥ مصدر، منها ٥٩١ فرصة لأمريكا، ٤٥٧ فرصة تصدير للدول العربية. ومن جانب آخر وفرت شبكة الإنترنت ٤٢٢٢ فرصة استيراد بأسعار أفضل من الفترات السابقة بلغ عدد المستفيدين منها ١٢٤٠ مستورد، بالإضافة إلى ١٢٠٠ فرصة استثمار بلغ عدد المستفيدين منها ٢٣٦ مستفيد، و ١٠٤ فرصة في مجال الخدمات.

وتم بناء نظام السوق الإلكتروني لنقاط التجارة الذي يهدف إلى زيادة النشاط التجاري وحركة التجارة البينية بين الدول العربية وفتح أسواق إلكترونية لتبادل السلع والخدمات عن طريق الشبكات الإلكترونية، بحيث يكون المتعاملون داخل هذا النظام من رجال الأعمال المعتمدين من جهات حكومية أو مسجلين في منظمات عربية تجارية، بحيث يأخذ التعامل داخل الموقع الشكل الموثوق فيه من حيث التعاملات التجارية، ويتضمن الموقع خدمات تبادل الفرص التجارية، الأدلة التجارية، الكتالوج الإلكتروني، المزادات الإلكترونية، المناقصات ومعلومات وبيانات اقتصادية عن الدول العربية.

وتم الانتهاء من تصميم وتطوير المتجر الإلكتروني كنموذج للتجارة الإلكترونية، والذي يتيح التعامل بين الشركات والمستهلكين، ويقوم بعرض المنتجات المتميزة لبعض المصانع بمدينة السادس من أكتوبر، تمهيداً لتعميم هذا النموذج على باقي المدن الصناعية المختلفة.

و تم تطبيق نظام الفرص التجارية التي تتيح التعامل بين الشركات وقطاعات الأعمال المختلفة، وتمثل عوائده نحو ٨٠ % من حجم عوائد التجارة الإلكترونية العالمية بأشكالها المختلفة، و تقوم نقطة التجارة الدولية باستكمال هذا النظام، والذي يشتمل على خدمات متعددة للشركات المصرية والدولية والمرتبطة بنقاط التجارة العالمية.

وكذلك تم إعداد أحد نماذج الإنترنت لبعض مصانع العاشر من رمضان وربطها بنقطة تجارة العاشر، وبدء تطبيقها مع ٢٠ مصنعاً بهدف إعطائها القدرة على الحصول على المعلومات المطلوبة من خلال الموقع الإلكتروني للنقطة، وتصميم وتطوير صفحة إلكترونية تتضمن بعض خدمات التسهيلات التجارية مثل التعريفية الجمركية المفروضة على الواردات المصرية وبعض الدول الأخرى، والنقل بأنواعه "بحري، جوي" والتعبئة والتغليف، وتعتبر هذه الخدمات من الأهمية في المساعدة في تنفيذ الصفقات التجارية.

وقامت مصر بالتنسيق مع الهيئات الترويجية العالمية لتدريب الكوادر البشرية على استخدام التجارة الإلكترونية بتدريب صغار ومتوسطي رجال الأعمال على استخدام تكنولوجيا المعلومات، لمساعدتهم في تطبيق مفاهيم التجارة الإلكترونية في المجالات الخاصة بهم، كما قامت بعقد ندوات إقليمية عن التجارة الإلكترونية تحت رعاية بعض الهيئات وذلك بالتنسيق مع الاتحاد الأوروبي وبعض الدول العربية، كذلك قامت بعمل بروتوكول تعاون مع إحدى الشركات الخاصة التي تقوم بتقديم خدمات للمصدرين عن طريق موقعها على الإنترنت، حيث تقوم الوزارة بتزويدها بشكل دوري بجميع المعلومات والبيانات والاتفاقيات التي تهتم المصدر لتعميمها بشكل أوسع على المصدرين والمستثمرين، و المشاركة في العديد من الندوات الإقليمية والمحلية والتي تهدف لخدمة الأنشطة التجارية البيئية العربية وتنمية الصادرات المصرية.

وتسير الحكومة المصرية بخطى سريعة للوصول إلى الحكومة الإلكترونية بتكنولوجيا مصرية، حيث تم توقيع اتفاقية تعاون بين بنك مصر وشركة بنوك مصر تسمح لأول مرة لحاملي بطاقات الصرف الآلي والتي يصل عددها إلى مليون بطاقة صادرة من خلال ٢٨ بنكا في مصر بميزة الشراء الإلكتروني، إلى جانب ما توفره البطاقة من السماح لحاملها بإجراء عمليات السحب النقدي، وتعد هذه الخطوة من الأهمية بمكان حيث ستسمح لحاملي البطاقة المصرية، والتي تم إصدارها بتكنولوجيا مصرية خالصة، بالتعامل من خلال أكبر شبكة من المنافذ التجارية المتعاقدة مع بنك مصر والتي يصل عددها إلى ٨٥٠٠ نقطة بيع منتشرة في جميع أنحاء الجمهورية.

وتحدث التجارة الإلكترونية من خلال ثلاثة مراحل على النحو التالي:

١- المرحلة الأولى: العرض والطلب إلكترونياً

في هذه المرحلة يقوم المستورد بالتعرف من خلال نشرة إلكترونية على مواصفات السلع والبدائل الموجودة لها وأماكن تواجدها، وطلب السلعة التي يريد شراءها من البائع عن طريق الحاسب الآلي ومن أي مكان في العالم.

٢- المرحلة الثانية: تسليم السلع

يتم التسليم بواسطة الحاسب الآلي حيث يتم إرسال وشحن البضائع إلى المستورد.

٣- المرحلة الثالثة: سداد القيمة

تستخدم النقود الإلكترونية عبر الإنترنت في سداد القيمة، حيث يقوم البنك بإصدار نقود إلكترونية لعملائه ويحتفظ العميل بالنقود الإلكترونية في محفظة إلكترونية يتم حفظها على القرص الصلب للحاسب الآلي، أو يتم التحفظ عليها في البطاقات الذكية، وهي بطاقات تحوي رقائق إلكترونية فيها ذاكرة لتخزين المعلومات وهي تحل الآن محل بطاقات الائتمان العادية.

وتعتبر الشيكات الإلكترونية من أهم وسائل الدفع التي تعتمد على الحاسب الآلي حيث ينتقل الشيك بالبريد الإلكتروني إلى المستفيد بعد توقيعه إلكترونياً، فيحصل عليه المستفيد ويوقعه إلكترونياً ويرسله بالبريد الإلكتروني مصحوباً بإشعار وإيداع إلكتروني في حسابه بالبنك.

وفيما يتعلق بالتوقيع الإلكتروني والذي تم الموافقة عليه من قبل مجلس الوزراء تم استكمال الدراسات الفنية والتكنولوجية، بالإضافة إلى دراسة وسائل الدفع الإلكتروني وإمكانيات التأمين على العمليات التي تتم من خلال الإنترنت.

وتدرس الجهات المعنية في مصر بناء وتفعيل نظام التصدير الإلكتروني من خلال موقع متخصص عن المنتجات المصرية على شبكة الإنترنت، بالتعاون مع وزارة الاتصالات والمعلومات وسيمثل في هذا النظام الغرف التجارية والمجالس السلعية للتصدير، وسيمكن المستوردين والأجانب من استعراض المنتجات المصرية بمواصفاتها وأسعارها والتسهيلات المقدمة وشروط التعاقد، مع إمكانية استيفاء أمر شراء يتم توجيهه

ومتابعته للمنتج أو المصدر المختص مع وضع نظام للمتابعة لضمان جدية كل من المشتري الأجنبي والمصدر المصري، وتؤكد التجارب الناجحة في تنفيذ هذا النظام أن عائدته يتمثل في زيادة كفاءة كوادر التسويق والإدارة لدى المنتجين والمصدرين، بالإضافة إلى بناء قاعدة بيانات عن المنتجات الوطنية و تطوير الإطار التشريعي اللازم لتطبيق وتفعيل التجارة الإلكترونية وبالتالي يؤدي الى زيادة معدلات الصادرات.

ومن الصعب التعامل مع عمليات الدفع على الإنترنت، لذلك يقدم أي موقع ناجح للتجارة الإلكترونية خيار الدفع نقدًا عند الاستلام.

وهناك الكثير من المصارف في مصر لا تسمح لمستخدميها بشراء منتجات على الإنترنت ببطاقات الائتمان التي يمتلكونها، بسبب الخوف من أن يطلب الزبائن استرداد مالهم بأعداد كبيرة إلا أن القليل منها تسمح بذلك ولكن مع قيود. وكذلك تزداد بوابات الدفع الإقليمية في مصر.

ومن المتوقع أن تكون التجارة عبر الجوال جزءاً كبيراً من الاستراتيجية التي ستعتمدها أي شركة تجارة إلكترونية في مصر خلال العقد المقبل وإن ٢٢.٤% يستخدمون الإنترنت إما لشراء منتج أو دفع فاتورة. ومن المنتجات الأكثر شعبية التي يتم شراؤها على الإنترنت في مصر، هي الأجهزة الإلكترونية تليها برامج الكمبيوتر وتذاكر الطائرة والاشتراكات في المواقع.

واهم المواقع البارزة في التجارة الإلكترونية في مصر هي مواقع البيع بالتجزئة على الإنترنت ومواقع الصفقات اليومية، الموضة، الكتب، مواقع صفقات قصيرة المدى، اعلانات مبنية على الإنترنت، ومواقع اخرى.

وبذلت مصر جهوداً كبيرة في توجيه المجتمع وتنمية قطاعات التكنولوجيا الحديثة اللازمة لتطبيق هذه التجارة فقد قامت باعداد مشروع لقانون التجارة الالكترونية إضافة إلى سنها لقانون التوقيع الالكتروني الذي ساهم بقدر كبير في نشر بنية تحتية ناجحة للتجارة الالكترونية، لأنه يعتبر من المتطلبات الأساسية للتجارة الالكترونية وتحديدًا في ميدان حماية المعلومات والموثوقية وضمان الوفاء بالالتزامات، كذلك قامت بإنشاء هيئتين تعنتيان بموضوع التجارة الالكترونية هما:

- اللجنة الوطنية للتجارة الالكترونية التابعة لوزارة التجارة .
- ومعهد التجارة الالكترونية المسؤول عن تقديم الدعم للمتخرجين لإنشاء شركات إلكترونية ومساعدة الشركات المصرية المعتمدة على التجارة التقليدية على التحول لممارسة أنشطتها التجارية عبر الأنترنت .
كما قامت أيضا الدولة المصرية بتنشيط التجارة الالكترونية وطلبات الأعمال الالكترونية في إطار نشر مبادرة نحو مجتمع معلومات بلا أوراق وبلا مال، وذلك من خلال اتخاذ الاجراءات التالية:

- ١- استخدام الدفع الالكتروني في مجال الخدمات العامة والمرافق .
- ٢- نشر استخدام البطاقات المدفوعة مسبقا والبطاقات المصرفية .
- ٣- نشر استخدام التوقيع الالكتروني والوثائق الالكترونية والتعاقدات الالكترونية في الهيئات الحكومية والقطاع المصرفي .
- ٤- توصيل شبكات التبادل الالكتروني محليا، وتسهيل توصيلها بالشبكات المحلية والعالمية لزيادة استخدام نقاط البيع الالكتروني .

النتائج والتوصيات:

النتائج :

توصلت الدراسة الى ان هناك علاقة طردية وتأثير ايجابي لزيادة مستخدمي الانترنت ومشاركي الهاتف المحمول ومشاركي الهاتف الثابت على صادرات وواردات التكنولوجيا في العراق ومصر وذلك بسبب زيادة اهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاثار الجوهرية التي أفرزها تطبيق التكنولوجيا الحديثة في حقل التجارة الدولية بالرغم من شبكات الانترنت الرديئة خاصة في العراق كونها غير سريعة وكثيرة الانقطاع .

التوصيات:

يجب على المجتمعين العراقي والمصري الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتسخير التجارة الالكترونية في الابتكار والنمو في الاقتصاد الرقمي وتعزيز ثقة المجتمعين في الدفع الالكتروني وهو ما يساهم في تعزيز التجارة

الالكترونية ويحافظ على نمو وتطور مركزهما في هذا الاتجاه وكذلك توجيه الاستثمارات نحو انتاج التكنولوجيا والصادرات الاكثر اهمية وكذلك التعرف على اسواق التجارة الدولية والاكثر اهمية بالنسبة للبلدين ، والاهم تحسين سرعة الانترنت لان العكس يؤدي الى صعوبة دخول اصحاب الاعمال والمستهلكين على مواقع التجارة الالكترونية بدون نت سريع .

المراجع:

- ١- احمد عبدالله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد ٦، ٢٠١٠.
- ٢- احمد نجار، " اشكالية البعد الضريبي في التجارة الالكترونية "، جامعة الكويت، ٢٠٠٢.
- ٣- ابراهيم عبد الحفيظ عبد الهادي، إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل الى عالم التجارة الالكترونية، دراسة نظرية وميدانية، ٢٠٠٠.
- ٤- اسلام مامون حسين، المعوقات التي تحد من نجاح التجارة الالكترونية في مصر، اطروحة ماجستير، المملكة المتحدة ٢٠١١.
- ٥- حازم رحاحلة، حازم حصاونة، بيئة التجارة الالكترونية واثارها المتوقعة على الايرادات في العالم العربي، فلادلفيا، ٢٠٠٠.
- ٦- ربحي مصطفى عليان، الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٢.
- ٧- علي كاظم هلال، واقع اقتصاد المعرفة في العراق وسبل الافادة من تجارب بعض الدول العربية، مركز ذي قار للدراسات التاريخية والاثارية، العراق، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد ١٦، عدد ٤، ٢٠١٤.
- ٨- د. عبد الهادي عبد القادر السويفي، التجارة الخارجية، ٢٠٠٩.
- ٩- عبد الحميد بسيوني، التجارة الالكترونية"، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص٧٦.
- ١٠- عبد الرحمن، اسماعيل، " دول الخليج تتجه الى اقرار قانون موحد للتجارة الالكترونية"، الكويت، ٢٠٠٩.

- ١١- عابد بن عابد العبدلي، تجارة الكترونية في الدول الاسلامية الواقع والتحديات - الآمال، مكة المكرمة، جامعة ام القرى، ٢٠٠٥.
- ١٢- علي قاسم، جاسم عيدان، جليل كاظم، اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية، دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات/ مجلة جامعة بابل، العلوم الانسانية، مجلد ١٩، عدد ١، رسالة ماجستير، ٢٠١١.
- ١٣- عبد المنعم راضي فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الاسكندرية، ٢٠٠١.
- ١٤- فريد النجار، وليد النجار واخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية المتكاملة، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٦.
- ١٥- د. ستار جبار خليل البياتي ، الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية و إمكانية تطبيقها في العراق ، مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠٠٩ ، العدد ٢٧ .
- ١٦- طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية (المفاهيم - التجارب - التحديات)، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٣.
- ١٧- زيود لطيف واخرون، التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية العربية وامكانية تطويرها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، مجلد ٢٩، عدد ١، ٢٠٠٧، سورية
- ١٨- محمد عالم، العمليات المصرفية الالكترونية، المشاكل القانونية التي يثيرها استخدام الانترنت في المجال المصرفي، بحث منشور في كتاب: الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٢.
- ١٩- محمود احمد إبراهيم الشرقاوي، مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية واهم تطبيقاتها، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون الذي أقامته جامعة الإمارات العربية المتحدة بالتعاون مع كلية الشريعة والقانون وغرفة تجارة وصناعة دبي في الفترة ما بين ١٠ إلى ١٢ تموز ٢٠٠٣.
- ٢٠- مصطفى الهاشمي، توقعات بنمو التجارة الإلكترونية وتطورها في العراق، ٢٠١٤

<http://www.alsabaah.iq/ArticleShow.asp>

- ٢١- نهلة مقدادي، بيئة التجارة الالكترونية في دولة الامارات، ط١، الامارات، ٢٠٠١.

- 22- التجارة الالكترونية في العراق تشهد نموًا متسارعًا، ٢٠١٦ متاح على الموقع: <http://www.dananernews.com>
- 1- Abu Khadra. Lavenir du Commmerece Electronique en Jordanie. Centre Culturel Francaia dAmmam Jordanie. 2006.
- 2- European Commission, "Proposal for European Parliament and Council Directives on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution", Brussels, COM 1998.
- 3-Dempsey, Donald, " what is electronic commerce", usa, march, 1997