

## الأهمية الاقتصادية للتجارة

### الإلكترونية وإمكانية تطبيقها في العراق

الدكتور ستار جبار خليل البياتي

أستاذ الاقتصاد الدولي المساعد

#### المقدمة

على الرغم من أن اعتماد الإنترنت كمشروع بحث تم إنشائه في الولايات المتحدة عام 1969، إلا أن التجارة الإلكترونية كانت قد ظهرت في العقد الأخير من القرن الماضي، لتبشر بظهور تحولات هيكلية وتنظيمية في اقتصاديات الدول وتنظيم المؤسسات وسلوك المستهلكين ونشاطات الحكومات، طالما أن التجارة الإلكترونية اليوم تساهم بإنجاز العديد من العمليات التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية والصوت والصورة والمراسلات الإلكترونية 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)، كما يقول د. فؤاد مرسي في كتابه (الرأسمالية تجدد نفسها).

وإذا صحت هذه المقدمة بالنسبة للدول الرأسمالية المتقدمة، فماذا بشأنها بالنسبة للعراق؟ وهل يجد له موقعاً على الخارطة الاقتصادية العالمية في مجمل متغيراتها وإعادة هندستها؟

يمكن القول فيما يخص العراق، وحتى بعد استحداث وزارة العلوم والتكنولوجيا، انه من السابق لأوانه، الحكم على مثل هذا الموضوع، نظراً

لحدثة المتغيرات الجديدة فيه وعدم استقراره سياسياً واقتصادياً وأمنياً، كما أن تبشير ظهور هذا النوع من التجارة لا تزال في بداياتها للولوج الى تكنولوجيا المعلومات ومواكبة التطورات الحديثة فيها، بما يفتح أمام العراق فرصاً ثمينة في المستقبل لا يمكن الاستغناء عنها، أما مسألة نجاحه في المجال وما سوف يحققه فعلاً فيمكن تأجيل مناقشتها الى مرحلة قادمة.

وعلى ذلك فإن هذا البحث، يستهدف التعرف على التجارة الإلكترونية من حيث مفهومها وأهميتها الاقتصادية وواقعها ومدى إمكانية تطبيقها في العراق.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف جاءت محاور البحث على النحو الآتي:

**أولاً / التجارة الإلكترونية: المفهوم والواقع**

**ثانياً / الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية**

**ثالثاً / التجربة الدولية والعربية في مجال التجارة الإلكترونية**

**رابعاً / إمكانية تطبيق التجارة الإلكترونية في العراق**

**خامساً / مقترحات أولية لانجاح التطبيق**

**أولاً / التجارة الإلكترونية : المفهوم والواقع**

يشهد مفهوم التجارة الإلكترونية المزيد من التعريفات والتوصيف والتوضيح نظراً لحدثة استخدامه في مجمل التطورات التي أحدثتها الثورة العلمية والتكنولوجية وصولاً الى تكنولوجيا المعلومات التي يتطور في ظلها الاقتصاد المبني على المعرفة، وكل هذه المتغيرات تقوم على استخدام الكمبيوتر كأهم أداة محركاً لتطورها.

## **1. مفهوم التجارة الإلكترونية**

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها: مجموع المبادلات الإلكترونية المرتبطة بنشاطات تجارية، أو هي: تلك العلاقات ما بين المؤسسات، أو العلاقات ما بين المؤسسات والإدارات، أو المبادلات ما بين المؤسسات والمستهلكين<sup>(1)</sup>. كما تعرف بأنها: نظام يتيح عبر الإنترنت<sup>(2)</sup> حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث تتيح التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء<sup>(3)</sup>.

وعلى ذلك، فإن مفهوم هذا النوع من التجارة لا يقتصر على استخدام وسائل إلكترونية في عمليات البيع والشراء وما يتتبعها من تسويات مالية، بل يتجاوزها الى تبادل المعلومات وإجراء المفاوضات وحتى إتمام عمليات البيع ومن ثم الدفع الى البنك المعني بالنقود الإلكترونية، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون أو الموردون أو الشركات مع الوسطاء (السماسرة) والمشترون، لذلك يمكن القول إنها تعيد توصيف السوق القائم على انه المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات محل التبادل بعدما ألغت المواجهة المباشرة بين البائعين والمشتريين.

ولعل هذا المفهوم هو ما ذهبت إليه منظمة التجارة العالمية، عندما أكدت على أن هذه التجارة تغطي الإنتاج والترويج والبيع والتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات وأدواتها مثل الهاتف والفاكس والتلفزيون والتبادل الإلكتروني للمعلومات والبريد الإلكتروني والإنترنت من خلال (www) world wide web.

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCED)، فقد عرفت: المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكة مفتوحة مثل الإنترنت أو مغلقة مثل (MINITEL AOL) والتي تسمح بالدخول الى شبكة مفتوحة<sup>(4)</sup>.

وعلى العموم فإن التجارة الإلكترونية -وفي ضوء ما تقدم- يمكن تقسيمها بشكلها الحالي الى قسمين هما:-

أ. تجارة إلكترونية من البائعين أو الشركات الى الزبائن الأفراد (المستهلكين) (Business-to-Consumer) ، وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات من جهة والزبائن الأفراد من جهة أخرى.

ب. تجارة إلكترونية من البائعين الى البائعين أو من الشركات الى الشركات (Business-to-Business) ، وهي تمثل التبادل التجاري الإلكتروني بين شركة وأخرى.

وتضيف بعض المصادر شكلين آخرين الى ما سبق وهما<sup>(5)</sup>.

أ. من الحكومة الى المستهلك (Government-to-Consumer) وهي ما تقدمه الحكومة من برامج حكومية عبر شبكة الإنترنت من حق المستهلك الانتفاع بها.

ب. من الحكومة الى البائع (Government-to-business) وهي ما تقوم الحكومة بشرائه عبر شبكة الإنترنت.

وتجدر الإشارة هنا الى أن معظم السلع ذات الانتشار الواسع والتي يتم تسويقها عبر المعاملات الإلكترونية هي عبارة عن سلع غير مادية، رحلات، خدمات الحجز، الموسيقى، ومنتجات معلوماتية... الخ، كما أن

هناك خدمات متنوعة كخدمات البنوك والتأمين وخدمات السمسرة وخدمات توفير المعلومات والخدمات القانونية والخدمات الخاصة بالعقارات، وبصورة خاصة الخدمات المرتبطة بالصحة والتعليم والإدارة العامة، وفي المستقبل القريب يمكن أن تمارس هذه التجارة تأثيرها على عدد كبير من النشاطات التجارية منها: التسويق، المبيعات، خدمات ما قبل البيع، التوزيع، صيانة المنتج . . . الخ، كما يمكن أن تؤثر على الشكل التنافسي للسلع وعلى شكل الأسواق وحركة الأفراد في الأسواق التقليدية.

وعلى الرغم من انتشار هذا النوع من التجارة والتعامل به، جراء ما تتمتع به التجارة الإلكترونية من مزايا وأهمية اقتصادية -سيتم تناولها في محور لاحق- فأنها تواجه عدداً من التحديات، ولعل مرد ذلك الى حداتها وتطورها السريع وعدم اتخاذ الإجراءات المناسبة التي تتواءم وهذا التطور، ومن بين أهم هذه التحديات<sup>(6)</sup>:-

أ. غياب الأطر القانونية المتفق عليها لتنظيم التعامل الدولي في هذه التجارة، ذلك إن القانون التجاري لا يشمل معاملات التجارة الإلكترونية، أي انه يمكن أن ترتكب جرائم تجارية، وان تواجه صعوبات في تسوية النزاعات.

ب. الحاجة الى التركيز على النظم والسياسات الأمنية لضمان الوفاء بأمن وسرية التعاملات واثبات الهوية والقضاء على الاختراقات وتأمين حماية الخصوصية وسرية البيانات.

ج. إيجاد الوسائل الفعالة للتحقق من سلامة الوثائق والتوقيعات الرقمية وتوفير الضمانات اللازمة لإبرام العقود والوفاء بالتزاماتها.

## **2. موجبات اعتماد التجارة الإلكترونية**

من المؤكد وجود أسباب مهمة أوجبت بروز مفهوم التجارة الإلكترونية وازدياد استخدامه في التعاملات التجارية، والاعتراف بهذه التجارة كأحد أنواع التجارة الحديثة.

ونعتقد أن هذا التطور هو نتاج طبيعي جاء في سياق تطور الثورة العلمية والتكنولوجية التي قادت الى ثورة المعلومات والاتصالات وظهور اقتصاد المعرفة. ولعل أهم هذه الأسباب :

### **أ. تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**

لقد عبّدت الثورة العلمية والتكنولوجية طريقها بكل الإنجازات التي حققها الإنسان من قبل في مجالي العلم والإنتاج، ومن ثم جعلت العلم نفسه قوة إنتاجية مباشرة، لأنه أصبح مندمجاً عضوياً في عملية الإنتاج المادية، ثم بعد ذلك أحدثت هذه الثورة تطورها الحاسم في النصف الثاني من سبعينات القرن لماضي، عندما أقامت اقتصاداً تكنولوجياً للمعلومات معتمداً على الحاسبات الآلية أو العقول الإلكترونية، وهذا يعني اندماج ثلاث تيارات أو مستويات للتقدم العلمي والتكنولوجي وهي<sup>(7)</sup>:

- تحسين المعدات المستخدمة، أي التطوير العادي الذي يتشكل من عدد كبير من التحسينات الصغيرة الفنية والتكنولوجية والتنظيمية والإنتاجية.
- إدخال التجديدات الكبيرة التي تقضي الى تغييرات كثيفة في بعض أنماط المعدات التكنولوجية، وفي تطوير منتجات جديدة.
- الطفرات العلمية والتكنولوجية الكبرى والتغيرات الحاسمة في المعدات والتكنولوجيا في أغلب فروع الإنتاج.

واليوم تُعد الحاسبات المحرك الأكبر للاقتصاد، مما أدى الى تغير هيكل كل القطاعات، فصناعة المعلومات أو صناعة المعرفة، قد دفعت قطاع الخدمات الى المقدمة، وأصبحت التجارة في المعلومات اكبر من التجارة

في المنتجات الأخرى، ومن هنا يزداد نصيب القطاعات غير الإنتاجية في الاقتصاد مثل: الخدمات، والمصارف والتأمين وغيرها.

### **ب. ظهور اقتصاد المعرفة**

لقد أصبحت المعرفة والابتكار قيمتين مهمتين، ومن العوامل الأساسية في تكوين الثروات. وإذا كان مجتمع المعلومات يهدف الى توفير المعلومات والتكنولوجيا اللازمة، فأن مجتمع المعرفة يهدف الى خلق المعرفة، وخلق ثقافة قوامها التشارك في المعرفة واستحداث تطبيقات تعمل أساساً عبر الإنترنت.

إن أكثر الأصول قيمة في الاقتصاد القائم على المعرفة هي الأصول الفكرية، التي تعني كل ما يكتسبه الفرد أو العاملون من معرفة وخبرة يجري تخزينها في وثائق رقمية وقواعد بيانات متشابكة، حيث تركز المعرفة العصرية الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبذلك فان الاقتصاد القائم على المعرفة، يشير الى الطريقة التي من خلالها تستطيع مؤسسات تجارية عديدة في مجالات التكنولوجيا المتقدمة، لاسيما منها البرمجيات، الاتصالات، الخدمات، إضافة الى المؤسسات التعليمية والبحثية المساهمة في اقتصاد البلد سواء ككيانات منفردة أو عبر تمكينها قطاعات أخرى في الاقتصاد من العمل بفاعلية اكبر<sup>(8)</sup>.

## ج زيادة عدد مستخدمي الإنترنت

لاشك في أن الانتشار السريع لشبكة الإنترنت قد عزز ظهور التجارة الإلكترونية وجعلها تستأثر بنصيب وافر من التجارة الدولية، بل أن التوقعات تشير إنها ستسيطر في نهاية العقد الحالي على هذه التجارة.

وقد أشارت دراسة للاتحاد الدولي للبيانات International Data Corporation إن التجارة الإلكترونية - لاسيما الإنترنت - تنمو نمواً سريعاً، فحوالي (100) دولة تستخدم الإنترنت، وهناك (20) مليون شركة مضيضة للإنترنت. كما أن عدد مستخدمي الإنترنت قد ازداد من (349) مليون في عام 2000، إلى (765) مليون مستخدم في عام 2005 . ويمكن التعرف على أهم وأكبر الدول من حيث مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم من خلال الجدول (1) .

### جدول (1)

أهم وأكبر الدول المستخدمة للإنترنت للعامين 1998-2002

(مليون شخص)

| 2002         |                |                  | 1998         |                |                  |
|--------------|----------------|------------------|--------------|----------------|------------------|
| ترتيب الدولة | عدد المستثمرين | الدولة           | ترتيب الدولة | عدد المستثمرين | الدولة           |
| 1            | 154,1          | الولايات المتحدة | 1            | 70.1           | الولايات المتحدة |
| 2            | 32.9           | ألمانيا          | 2            | 10.3           | ألمانيا          |
| 3            | 23.3           | اليابان          | 3            | 8.0            | المملكة المتحدة  |
| 4            | 23.0           | المملكة المتحدة  | 4            | 8.8            | اليابان          |
| 5            | 23.0           | فرنسا            | 5            | 4.0            | فرنسا            |
| 6            | 13.2           | إيطاليا          | 6            | 4.0            | كندا             |
| 7            | 12.3           | كندا             | 7            | 3.4            | استراليا         |
| 8            | 9.4            | الصين            | 8            | 3.1            | إيطاليا          |
| 9            | 7.6            | هولندا           | 9            | 2.5            | السويد           |
| 10           | 5.8            | استراليا         | 10           | 2.5            | هولندا           |

المصدر: [www.angelfire.com](http://www.angelfire.com)

## د. زيادة مبيعات الحاسوب وبرامجه

من المعروف، أن أي تكنولوجيا حديثة تتميز من بين ما تتميز به، ارتفاع تكاليفها ومن ثم أسعارها، ولكن مع تقادم الزمن يزداد إنتاجها وتتنخفض أسعارها، عندها تكون في متناول الجميع، وهكذا هو الحل بالنسبة للحاسوب، حيث تشير البيانات أنه في عام 1997، تم وضع أكثر من (118) مليون حاسوب في المنازل والمؤسسات التعليمية في أنحاء العالم كافة، في حين كان عددها (35) مليون حاسوب في عام 1992<sup>(9)</sup>.

وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن تبادل البيانات عبر شبكة الإنترنت يتضاعف كل (100) يوم، فمعنى ذلك أن هناك زيادة ليس في عدد مستخدمي الإنترنت فقط وإنما حتى في زيادة مبيعات الحاسوب، بعد أن أصبح أداة رئيسة في حياة الدول والأفراد معاً.

## هـ. الحاجة الى الاندماج في الاقتصاد العالمي

يجد عدد كبير من الدول -لاسيما النامية منها- نفسه في حرج اليوم، بعد أن تأخر كثيراً عن اللحاق بركب الدول المتقدمة وما أحرزته من تقدم وتطور في المجالات كافة ومن بينها المجال الاقتصادي.

لذلك وجب على هذه الدول السعي الى إجراء مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية - من بينها المالية والنقدية- لكي يتماشى اقتصادياتها مع المتغيرات الجديدة في الاقتصاد العالمي.

ومهما يكن من أمر هذه الإصلاحات، سواء أكانت مفروضة من الخارج، أم بفعل ضغوط داخلية، فهي ضرورة أملتتها تلك المتغيرات والتي منها قيام منظمة التجارة العالمية وما أفرزته من إحكام قبضتها على التجارة الدولية، وتهميش الدول النامية (دول الجنوب). ومن هذا الباب، فالتجارة

الإلكترونية تعد منفذاً مهماً للولوج الى الاقتصاد العالمي والاندماج فيه ومتابعة تطوراتها، والاستفادة من بعض الفرص التي يتيحها.

### **3. واقع التجارة الإلكترونية**

قد يكون من الصعوبة بمكان - على الأقل في الوقت الحاضر - ضبط ومتابعة التعاملات التجارية وطبيعة توجهاتها وتفاصيل مفرداتها على شبكة الإنترنت، وبالتالي هناك صعوبة في قياس حجم التجارة الإلكترونية.

مع ذلك يمكن الاستفادة من بعض البيانات المتوفرة التي قد تعطي صورة وان كانت أولية عن تطور هذه التجارة في ضوء واقعها المرصود، فقد اعتمدت منظمة التعاون والتنمية في عملها التحضيري لمؤتمر (أوتاوا) بشأن التجارة الإلكترونية المعقود في تشرين الأول عام 1998، على (120) مصدراً، واستخلصت متوسطاً لتقديراتها للفترة 1995-1997، يتمثل في أن القيمة الإجمالية لكل التجارة الإلكترونية قد ناهزت (725) مليار دولار<sup>(10)</sup>.

بينما قدرت مؤسسات الأبحاث حجم التجارة الإلكترونية بـ (500) مليار دولار في أواخر عام 2001، منها (400) مليار دولار للمبادلات ضمن قطاع الأعمال، كما تشير الإحصاءات المتوفرة الى أن (70%) من مواقع الإنترنت موجودة في الولايات المتحدة، وأن (98%) من مجموع حجم التجارة الإلكترونية يتم داخلها، مما يدل على موقعها المتميز والرائد في هذا المجال. وفي دول الاتحاد الأوروبي - على سبيل المثال - يتزايد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية، ولعل هذا يتضح من خلال الجدول (2)، حيث يبين زيادة عدد التجار في شبكة الإنترنت من (1384) في عام 1996، الى (269780) تاجر في عام 2001، وزيادة إيرادات المؤسسات من المبادلات التجارية التي تجري أو تتم بين بعضها والبعض الآخر من (204.6) مليون دولار في عام 1996، الى (14147.8) مليون دولار في عام 2001، وكذا

الحال بالنسبة لإيرادات المؤسسات من علاقتها مع الزبائن، حيث ازدادت هي الأخرى من (133.2) مليون دولار الى (10705.4) مليون دولار للفترة نفسها، وبالتالي فإن الإيرادات الإجمالية للتجارة الإلكترونية قد شهدت زيادة كبيرة من (337.8) مليون دولار، الى (24853.2) مليون دولار ما بين السنتين المذكورتين، هذا مع العلم أن هذه البيانات مقتصرة على الدول الاثنتي عشرة الأساسية في الاتحاد الأوروبي.

## جدول (2)

### التجارة الإلكترونية في الاثنتي عشرة الأساسية في الاتحاد الأوروبي

| البيان                                                     | 1996  | 1997  | 1998   | 1999   | 2000    | 2001    |
|------------------------------------------------------------|-------|-------|--------|--------|---------|---------|
| عدد التجار في شبكة الإنترنت (وحدات)                        | 1384  | 4459  | 18893  | 73617  | 16428   | 269780  |
| مؤسسات /مؤسسات إيرادات التجارة الإلكترونية                 | 204.6 | 656.7 | 117.44 | 4140.6 | 8363.4  | 14147.8 |
| مؤسسات/زبائن إيرادات التجارة الإلكترونية                   | 133.2 | 411.3 | 1226.6 | 3002.9 | 6240.8  | 10705.4 |
| الإيرادات الإجمالية للتجارة الإلكترونية (ملايين الدولارات) | 337.8 | 1068  | 3944   | 7143.5 | 14604.2 | 24853.2 |

المصدر: زاير بلقاسم وطوياش علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، العدد (288)، 2003، ص(76).

أما عن مكونات التجارة الإلكترونية، فيمكن التعرف عليها من الجدول (3) الذي يوضح المبيعات المسجلة لهذه التجارة والمتمثلة بالخدمات المالية وبطاقات السفر والكتب والموسيقى وأجهزة الحاسوب وغيرها، والتي بدورها شهدت زيادة واضحة في مبيعاتها بين عامي 1997 و 2001.

## جدول (3)

### المبيعات المسجلة للتجارة الإلكترونية

| مفردات المبيعات | 1997 | 2001 |
|-----------------|------|------|
|-----------------|------|------|

|            |               |                             |
|------------|---------------|-----------------------------|
| 5          | 1.2           | الخدمات المالية             |
| 7.4        | 0.654         | بطاقات السفر                |
| 1.1        | 0.156         | الكتب والموسيقى             |
| 3.8        | 0.862         | مبيعات أجهزة وبرامج الحاسوب |
| 2.7        | 0.298         | خدمات الترفيه               |
| 183        | 8             | معاملات الشركات             |
| <b>203</b> | <b>11.171</b> |                             |

**المصدر:** تائر محمود رشيد العاني وميس صاحب عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية أداة للمنافسة الدولية في الأسواق العالمية، مجلة دراسات اقتصادية ، العدد (15)، السنة الرابعة، 2002، ص(98).

### **ثانياً / الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية**

لاشك في أن التجارة الإلكترونية تتميز بفعالية عالية في تقديم الخدمات لتحسين المبادلات التجارية، وتعزيز دور اقتصاديات الدول في النظام التجاري العالمي.

كما إنها ستعمل على تغيير الكثير من العلاقات الاقتصادية، لاسيما بين الشركاء التجاريين ورجال الأعمال والمستهلكين، وأعادت توصيف السوق. فبعدما كان المكان الذي يلتقي فيه المنتجون أو البائعون والمشترون (المستهلكون)، لم يعد فيه المكان محدداً ببعد جغرافي.

وعلى الرغم من أن هذا النوع من التبادل التجاري يتوقف من أجل إتمامه - على وجود طرفين (مؤسسات/مؤسسات) أو (مؤسسات/زبائن)، إلا أن هذين الطرفين لا يلتقيان، والصفقات التجارية تتم وفقاً للمعلومات المتوفرة عن السلع المزمع الاتجار بها عبر الحدود، وكأنها بلا حدود أو عوائق إدارية أو كمية، ولا يستغرق هذا النوع من المعاملات سوى بضع دقائق، إذ يتم عن طريق استخدام أي حاسوب موصل بشبكة الإنترنت ... وسوف تعزز التطورات المتوقعة في التجارة الإلكترونية الاتجاه نحو العولمة الذي

أصبح هو الاتجاه المهيمن على العالم، ومن المتوقع أن تحصل زيادة كبيرة في جميع أرجاء العالم في استخدام المؤسسات التجارية ورجال الأعمال وغيرهم للتجارة الإلكترونية<sup>(11)</sup>.

ومع أن التجارة الإلكترونية قد تواجه عدداً من التحديات التي ذكرناها سابقاً، فإن هناك سعي حثيث من قبل الدول والمنظمات الدولية ذات العلاقة لتجاوزها، نظراً لما تتمتع به التجارة الإلكترونية من مزايا مهمة يمكن أن تعبر عن أهميتها الاقتصادية والتي يمكن إجمالها بما يأتي:

1. سهولة الوصول الى الأسواق العالمية المختلفة، وإجراء عمليات تبادل السلع والخدمات الجديدة والتي يمكن تسويقها بين أطراف متعددة، مثل خدمات التعليم والتدريب والمنتجات الاستثمارية المتنوعة، بما يجعل أكثر فاعلية ويحقق أرباحاً أكثر.

2. إمكانية مقارنة الأسعار التي تقدمها عدة شركات<sup>(12)</sup> في وقت واحد، ويترك أمر الاختيار والمفاضلة فيما بينها الى المستوردين أو المستهلكين دون أي ضغوط أو تأثيرات سلبية.

3. تعزيز الشفافية الاقتصادية في الأسواق، والتي يمكن أن تتم عن طريق عرض مجموعة من (الكاتالوجات) على الخط، توضح أنواع السلع وأسعارها ومناشئ إنتاجها، وكل ما يحتاجه المشتري من معلومات عن السلع التي ينوي شراءها أو التعامل بها.

4. اختصار الوقت والجهد الذي تستغرقه المعاملات، وبحسب الشركة الاستشارية في صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (IDC)، يمكن لعدم الكفاءة المتعلق بالوصول الى الوثائق أن يكلف مؤسسة توظف (100) عامل معرفة تقريباً (2.5) مليون دولار في العام، نظراً الى

أن العاملين يضيعون ما يعادل ثلاث ساعات يومياً في التفتيش عن المعاملات<sup>(13)</sup>.

5. تقصير المسافات الجغرافية وتجاوز الحدود السياسية من خلال سرعة الحصول على اكبر قدر ممكن من المعلومات والمنتجات والشركاء المحتملين، بما يؤمن توفير السلع والخدمات بسرعة، ويؤدي الى تواصل فعال مع الشركات والعملاء.

6. انخفاض تكاليف السفر أو إلغائها، ومن ثم فإن هذا يساهم في تخفيض كلفة المبادلات التجارية بما يؤثر ايجابياً على أسعار السلع المتداولة بحيث يجعلها اكثر قدرة على المنافسة.

7. توفر التجارة الإلكترونية فرصة لحرية الاختيار من خلال مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، علاوة على ذلك فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، ويتم ذلك دون ضغوط من الباعة وبذلك فهي توفر خدمات أفضل للزبائن وتستحوذ على رضاهم<sup>(14)</sup>.

8. إيجاد مصادر دخل جديدة وبالتالي تعظيم الأرباح التي ستعكس على استمرارية المبادلات التجارية وزيادة الإنتاج وتحسين نوعيته.

9. التعريف بالمنتجات المحلية من حيث أنواعها وجودتها بما يؤمن إيجاد أسواق جديدة، وهذه العملية تدعم إنعاش الاقتصاد، وبذلك تكون التجارة الإلكترونية نافذة إعلانية للصناعة المحلية بأقل التكاليف.

10. إلغاء الحواجز الجمركية التقليدية، لاسيما في مجالها الإداري الروتيني بما يؤمن وصول السلع والخدمات بانسيابية ودون تأخير.

11. تطوير الأداء التجاري والخدمي من خلال إيجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات وتلبي خيارات المنتجين والمستهلكين معاً.

12. تسهيل الولوج الى الاقتصاد المبني على المعرفة، وتعبيد الطريق أمام الاقتصاديات الوطنية للاندماج بالاقتصاد العالمي للاستفادة من الفرص الاقتصادية التي يتيحها.

### **ثالثاً / التجربة الدولية والعربية في مجال التجارة الإلكترونية**

في ضوء التطورات المتسارعة القائمة على تكنولوجي المعلومات، صارت الدول في سباق مع الزمن من أجل الابتكار والتجديد وإجراء الإصلاحات الهيكلية التي تتناسب وهذه التطورات، واكتسبت الكثير من هذه الدول تجارب عملية وملموسة يشار لها بالبنان، يمكن الاستفادة من مضامينها وتوجهاتها المختلفة.

#### **1. التجربة الدولية**

ما يؤكد تزايد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية، قيام العديد من الدول بوضع أطر قانونية تحكم هذه التجارة، وفي هذا السياق، قامت الولايات المتحدة في عام 1997، بوضع إطار عام للتجارة عبر الإنترنت، شمل جميع الجوانب الفنية وغير الفنية لها وشملت موضوعات منها<sup>(15)</sup>:

أ. شطب الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل للسلع المتبادلة من خلالها.

ب. تنظيم أساليب الدفع إلكترونياً.

ج. حماية الملكية الفكرية وحقوق النشر.

د. ضمان السرعة.

هـ. ضمان الأمن.

و. خلق المعايير الفنية للتجارة الإلكترونية.

وقد أوجبت منظمة التجارة العالمية، أن لا تفرض الدول الأعضاء رسوماً جمركية على الاتصالات الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، كما هو

الحال في عدم فرضها هذه الرسوم على المكالمات الهاتفية أو رسائل الفاكس أو البريد الإلكتروني أو أجزاء الحاسوب عندما تعبر الحدود.

كما قامت المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية ( World Intellectual Property Organization)، بتعديل قوانينها من خلال تضمينها قوانين تتعلق بتأطير التجارة الإلكترونية في لوائحها واتفاقياتها (TRIPS) للاحية الملكية الفكرية وحقوق النشر والتوزيع<sup>(16)</sup>.

ويظهر من واقع سوق التقنية وتقارير المؤسسات البحثية التي تُعنى بالنشاطات المالية على الإنترنت حصول زيادة كبيرة في اللجوء الى التجارة الإلكترونية، فشركة (DELL) الشهيرة في عالم الحاسوب، حققت زيادة كبيرة في مبيعاتها، حيث تضاعفت في عام 1998 وبلغت الزيادة بمعدل (14) مليون دولار يومياً، وفي الربع الأول من عام 1999، بلغت الزيادة بمعدل (19) مليون يومياً بمبلغ إجمالي (5.5) مليون دولار خلال الربع الأول فقط، في حين بلغت (30) مليون دولار نهاية 1999<sup>(17)</sup>، وحققت شركة (Travelecity) خلال الربع الأول لعام 1999 مبيعات على الخط بلغت (128) مليون دولار بنسبة زيادة تبلغ (156%) عن مقدار المبيعات في نفس الفترة من عام 1998.

أما إذا أخذنا حجم صادرات التجارة الإلكترونية، فإن كندا تحتل المرتبة الأولى بنسبة (83%)، تتبعها دول أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي بـ (79%)، فاستراليا ونيوزيلندا بـ (66%)، أما الولايات المتحدة فلا تبلغ نسبتها (10%) من مجموع التجارة الإلكترونية، إذ أن الأكثرية الساحقة من المبادلات تم داخلها.

## 2. التجربة العربية

على المستوى العربي، تواجه التجارة الإلكترونية ثلاث تحديات أساسية هي<sup>(18)</sup>:

- أ. متطلبات البنى التحتية الذي يتصل بتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات إدارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها.
- ب. تحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية.
- ج. تحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية، وهو تحد يتصل بالأعمال أو على نحو أدق بمفهوم تطوير الأعمال ( Business Development).

وعلى الرغم من هذه التحديات فإن عدداً كبيراً من قطاعات الأعمال في العديد من الدول العربية قد اكتسب موقعاً أو وجوداً على الإنترنت، وإن نسبة كبيرة من التجارة الإلكترونية قائمة على معاملات بين قطاع الأعمال والمستهلكين، مع سيطرة قطاعات الأعمال الأجنبية على السوق العربية في مجال الإلكترونيات، وتشير البيانات المتاحة الى أن حجم التجارة الإلكترونية في الدول العربية في عام 1999، بلغ نحو (100) مليون دولار<sup>(19)</sup>.

أما على صعيد الدول العربية منفردة، فعلى سبيل المثال، تبذل كل من مصر والإمارات جهوداً أولية لا تزال في بدايتها، تستهدف ترويج التجارة الإلكترونية، حيث بدأت مصر مبادرة في هذا المجال تقودها اهتمامات القطاع الخاص لتعزيز نصيبها في التجارة الإلكترونية العالمية، وبالمثل اتخذت مدينة دبي للإنترنت في الإمارات خطوات كبيرة بهدف تشجيع مجموعة من مشاريع التجارة الإلكترونية، لأن القصد من مدينة دبي هذه أساساً هو توفير بيئة تؤدي الى تطوير المشاريع، وتشمل الكيانات التي يتم

تشجيعها للانضمام الى تلك المدينة المؤسسات الصناعية، والأعمال القائمة على الوب، والشركات التي تشارك في تقديم مجموعة متنوعة من الوظائف الخلفية والخدمات الداعمة<sup>(20)</sup>.

وتشير المؤشرات المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن كثافة الهواتف الخلوية قد بلغت نسبتها (90%) في دبي، وهي أعلى من المتوسط في أوروبا الغربية، كما بلغت نسبة دخول الإنترنت (39%)، وهي أعلى منها في سائر الدول النامية، كما بلغ الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (2.7%) من الناتج المحلي الإجمالي<sup>(21)</sup>.

وفي السعودية وبغية مواكبة التطورات الإيجابية وافق مجلس الوزراء على تشكيل لجنة فنية دائمة في وزارة التجارة تضم ممثلين من الجهات الرسمية المعنية بهدف متابعة التطورات في ميدان التجارة الإلكترونية والتنسيق فيما بينها لإيجاد البيئة المواتية للتعامل مع متطلباتها السلوكية والقانونية وتقدير احتياجاتها من الخدمات والبنية الأساسية للاتصالات لمواكبة التطورات وتعزيز قدرة الاقتصاد الوطني على التعامل معها بمرونة وكفاءة.

أما في الأردن، فأن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات له مساهمات واضحة وملموسة في الناتج المحلي الإجمالي، فقد كانت القيمة المضافة الإجمالية للاستشارات والتمويل في مجال البرمجيات (1.464) مليون دولار، ولمبيعات الحاسوب بالتجزئة (11.272) مليون دولار ولخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية (218.610) مليون دولار، وكانت نسبة مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الناتج المحلي الإجمالي (5.6%)<sup>(22)</sup>.

وتظهر الدراسات أن نسبة تزايد أنشطة التجارة الإلكترونية في البيئة العربية تزداد على نحو متسارع يصعب رصده، والتنبؤات تشير الى أن كل (7) من أصل (10) جهات عربية تستحدث موقعاً على الإنترنت، تضيف ضمن خدمات الموقع نشاطات تسويقية وإعلامية وخدماتية تقع ضمن نطاق ومفهوم التجارة الإلكترونية<sup>(23)</sup>.

#### **رابعاً / إمكانية تطبيق التجارة الإلكترونية في العراق**

بناءً على ما تقدم، من أهمية اقتصادية للتجارة الإلكترونية، وفي ضوء التجربة الدولية والعربية في هذا المجال، نجد أن الكثير من الدول تحت خطاها مسرعة صوب آفاق العلم الرحبة والاستفادة من مزايا تكنولوجيا المعلومات والثورة الهائلة التي أحدثتها في المعلومات والاتصالات. والحق يقال لا يمكن لدولة في هذا العالم أن تعيش في اقتصاد مغلق، وفي عزلة عن ما يجري حولها من متغيرات ستأثر في مسار توجهاتها الاقتصادية والاجتماعية، بل وحتى السياسية عاجلاً كان ذلك أم آجلاً.

وأخيراً، ماذا عن العراق في هذا المجال؟ سؤال نجده مشروعاً لمناقشة مدى إمكانية تطبيق التجارة الإلكترونية فيه وسبل إنجاحها، والبدء هنا سيكون عن طريق ثلاثة أسئلة نراها متسلسلة، تجري الإجابة عنها تباعاً.

## 1. هل الواقع الاقتصادي والوعي المجتمعي عامل مشجع على تطبيق التجارة الإلكترونية؟

من الممكن القول أن العراق بعد الحروب التي خاضها، والحصار الاقتصادي الذي فرض عليه بموجب القرارات الدولية، وسوء إدارة اقتصاده، فانه اليوم من الدول المهمشة اقتصادياً، فقد استنزفت موارده بشكل واضح، وتعطلت قطاعاته عن الإنتاج بفعل الحروب والتخريب الذي طال أغلب مؤسسات الدولة ومشاريع القطاع الخاص، عندما تعرضت أكثر من (158) شركة أو مؤسسة الى التخريب والتدمير من أصل (192) شركة حكومية، وما تبقى منها توقف عن العمل والإنتاج جراء نقص الطاقة وسوء الأوضاع الأمنية.

وفي حقيقة الأمر لم يتبق سوى القطاع النفطي كأهم مصدر للإيرادات العامة، وقد أعلنت وزارة النفط في شباط من عام 2007، وعندما سعت الموازنة الفيدرالية للعراق لعام 2006، الى تنويع مصادر الإيرادات العامة، فشلت في مسعاها هذا بدليل بقاء مصادر الإيرادات على حالها في الموازنة الفيدرالية لعام 2007، وبقي اعتمادها على العوائد النفطية كأهم مصدر لهذه الإيرادات بنسبة (91.89%).

وفي الوقت الذي يسعى فيه العراق للانضمام الى منظمة التجارة العالمية، فإنه قام عن طريق وزارة المالية بزيادة الرسوم الجمركية (رسم إعادة أعمار العراق) من (5%) الى (10%)، مخترقاً بذلك اتفاقية المنظمة المذكورة التي وحدت الرسوم الجمركية وجعلتها (5%).

لقد انعكس الواقع الاقتصادي على المجتمع مباشرة، فازدادت مشكلة البطالة الى أكثر من (40%) من القوى العاملة، واصبح الفقر من سماته،

بعد تأكيد الأمم المتحدة في آخر تقرير لها في شباط / فبراير 2007، من أن (3/1) سكان العراق هم تحت خط الفقر.

من ناحية الوعي المجتمعي، فإنه لا يزال قاصراً عن متابعة اهتماماته المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، بل وحتى الاتصالات، بدءاً من أهميتها، مروراً باستخداماتها، وصولاً الى كيفية الاستفادة منها، صحيح أن المجتمع دخل اليوم عصر الاتصالات من خلال (الهاتف الخليوي والإنترنت)، إلا أن الخدمات المقدمة له لم ترق الى المستوى المطلوب، ولا تزال الكثير من مدن العراق وأحياءها تعاني من نقص في خدمة الاتصالات (الهاتف الأرضي) الذي يرتبط به جهاز الحاسوب للدخول الى شبكة الإنترنت.

بلا أدنى شك، أن ذلك كله لن يساعد العراق على دخول عصر تكنولوجيا المعلومات ولن يعبد أولى خطواته في فضاء التجارة الإلكترونية، لانه لا يقدم دعماً في انتشار استخدام الحاسوب ومتابعة تطوراتها كما ينبغي بما يؤدي الى دخول عالم المعرفة، وعلى ذلك، يمكن القول أن العراق لم يدخل بعد بشكل جدي وموضوعي في مجال هذه التجارة بسبب ظروفه الاقتصادية وعدم اكتمال وعي مجتمعه بهذا متغيرات لم يكن مستعداً للتعامل معها.

ومع كل ذلك، فإن العراق يمكن أن يكون سوقاً واعداً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال أجهزة الحاسوب والهواتف الخليوية والإنترنت التي دخلته حديثاً مع المتغيرات السياسية والاقتصادية الجديدة، لأنها صارت اليوم تفتح نوافذاً للمستقبل وتساعد على الاندماج الاقتصادي، علاوة على كونها تكنولوجيا نظيفة حيث لا تخلف أي عوامل تلوث البيئة.

## 2. ما هي موجبات الاهتمام بالتجارة الإلكترونية في العراق؟

- الإجابة على هذا السؤال يمكن إدراجها على النحو الآتي:
- أ. الاستفادة من المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية من تسهيل المبادلات التجارية وخفض التكاليف وتقصير المسافات وتحقيق الأرباح وغيرها.
  - ب. التعريف مستقبلاً بالمنتجات العراقية وتعزيز قدراتها التنافسية.
  - ج. العمل على تنوع مصادر الاستيرادات والبحث عن أسواق للصادرات من خلال تنوع الأسواق التي يتيح التعرف عليها شفافية التعامل من خلال التجارة الإلكترونية.
  - د. محاولة تنويع مصادر الإيرادات التي تعد ضرورية جداً في هذه المرحلة والمراحل اللاحقة، جراء ظروف العراق الراهنة ومحدودية مصادر إيراداته التي تقتصر على العوائد النفطية.
  - هـ. إتاحة الفرصة أمام الاقتصاد العراقي للاندماج بالاقتصاد العالمي والاستفادة من فرصه في إنعاش الاقتصاد العراقي وتطويره.
  - و. تطوير المهارات الفنية والتنظيمية وتهيئتها للدخول في عالم المعرفة.
  - ز. خلق فرص العمل ذات المهارات الخاصة التي تقوم على المعرفة.
  - ح. مواكبة التغيرات والتطورات التي تحصل في مجالات الاقتصاد والإدارة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

## 3. هل هناك تحديات تواجه التجارة الإلكترونية في العراق؟

نعم هناك تحديات، وهي في أغلبها لا تخرج عن إطار التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية على المستوى العربي، مع الإشارة الى بعض الملامح الخاصة بالعراق، ولكن -على العموم- يمكن إجمال هذه التحديات على النحو الآتي:-

- أ. عدم اكتمال البنية التحتية في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- ب. عدم وجود الإطار القانوني الذي يوصف هذه التجارة ويضع الضوابط القانونية التي تسهل انسيابيتها وتمنع أعمال أو جرائم القرصنة عليها، وينظم أعمالها.
- ج. عدم اكتمال الإطار المؤسسي على الرغم من استحداث وزارة العلوم والتكنولوجيا.
- د. وجود فرصة التهرب الضريبي، مما يفقد العراق جانباً من إيراداته العامة.
- هـ. ضعف السيطرة على أمنية المعلومات وسلامتها، وكذلك عملية الدفع لتسهيل المبادلات أو التعاملات التجارية.
- و. ضعف الوعي بأهمية الحاسوب والوب والبريد الإلكتروني واستخداماتها المتعددة.
- ز. ضعف الاستقرار بجوانبه السياسية والاقتصادية والأمنية، الذي ينعكس سلباً على بيئة الأعمال، لاسيما في القطاع الخاص وحتى على توجهات المستهلكين.
- ح. ضعف القدرة التنافسية للمنتجات المحلية مقارنة مع المنتجات الأجنبية.
- ط. الفساد الإداري والمالي الذي يبدد موارد العراق ويدفع إلى عزوف الشركات والمشاريع الخاصة عن الاستثمار فيه بعد أن صار العراق في المراتب المتقدمة من بين الدول الأكثر فساداً في العالم.

## **خامساً / مقترحات أولية لانجام التطبيق**

في الختام يقدم البحث مجموعة من المقترحات كتوصيات يمكن التذكير بها والاستفادة منها لانجاح تطبيق العمل بالتجارة الإلكترونية منها:-

1. ضرورة اختيار إدارة رشيدة تتحمل مسؤولية إدارة هذه التجارة من خلال متابعة تطوراتها ووضع السبل والأسس لانجاحها وهو ما يقع ضمن الإطار المؤسسي المطلوب.
2. على وزارة العلوم والتكنولوجيا أن تأخذ الدور الريادي في هذا المجال لأنه من ضمن مجالات مسؤولياتها وتخصصها، ثم أنها تضم كفاءات علمية متميزة ، وعليها التنسيق مع وزارة التجارة والجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات في هذا الشأن.
3. سن القوانين والتشريعات الخاصة بها والمتعلقة بالضرائب والرسوم الجمركية والحد من دخول العابثين على المواقع والشبكة.
4. تعزيز التعاون الدولي والدخول في اتفاقيات تجارية ثنائية وجماعية في هذا المجال.
5. تنظيم الدورات التأهيلية لرجال الأعمال في القطاع الخاص ومنتسبي القطاع العام من قبل وزارة التجارة ووزارة العلوم والتكنولوجيا وغيرها من المؤسسات الحكومية والعلمية.
6. تهيئة المجتمع وزيادة وعيه للتعامل مع المتغيرات الجديدة، ويقع عبء المسؤولية هنا على مؤسسات المجتمع المدني.
7. ضرورة وجود محكمة تتحصر مسؤولياتها في النظر بالقضايا التجارية.

8. تهيئة الكوادر الوظيفية المتخصصة في مؤسسات الدولة في هذا المجال من خلال الدورات التأهيلية والبعثات أو الإفادات العلمية الى الخارج للاستفادة من تجارب الدول الأخرى والمنظمات الدولية المتخصصة في هذا المجال.

9. ينبغي أن يكون لوسائل الإعلام المختلفة دور متميز لتوعية المجتمع والتعريف بأهمية التجارة الإلكترونية ودورها في المتغيرات الاقتصادية الحديثة.

## **المصادر والمواامش**

1. زابر بلقاسم وطوباش علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، العدد (288)، 2003، ص(72).
2. كان الهدف من إنشاء شبكة الإنترنت في عام 1969 من قبل قسم الدفاع الأمريكي، هو ربط حواسيب الإدارة الأمريكية بالشبكة الرئيسة. وفي عام 1976، ظهرت أولى أشكال النشر، ثم في عام 1983، ظهرت شبكة أربانت (ARPANET) الخاصة بقسم الدفاع للربط بين مراكز البحوث الأمريكية ضماناً لاستمرار التواصل بين العلماء ومتخذي القرار السياسي والعسكري في حالة حدوث ضربة سوفيتية نووية مفاجأة.
3. شبكة الانترنت <http://www.itep.ae>
4. زابر بلقاسم وطوباش علي، المصدر السابق، ص(72).
5. شبكة الإنترنت <http://www.ongelfire.com>
6. شبكة الإنترنت <http://www.madmoc.com>
7. د. فؤاد مرسي، الرأسمالية تجدد نفسها، سلسلة عالم المعرفة (147)، الكويت، 1990، ص(29).
8. ألا سكوا، نحو مجتمع متكامل قائم على المعرفة في الدول العربية: الاستراتيجيات وطرائق التطبيق، الأمم المتحدة، نيويورك، 2005، ص(4).
9. عاطف عبد الله قبرصي، التنمية البشرية المستدامة في ظل العولمة: التحدي العربي، سلسلة دراسات التنمية البشرية، ألا سكوا، نيويورك، 2000، ص (11).

10. ثائر محمود رشيد العاني، وميس صاحب عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية أداة للمنافسة الدولية في الأسواق العالمية، مجلة دراسات اقتصادية، بيت الحكمة، العدد (15)، السنة الرابعة، 2002، ص(97).
11. ألا سكوا، مسح للتطورات الاقتصادية والاجتماعية في منطقة ألا سكوا 1998-1999، الأمم المتحدة، نيويورك، 2000، ص(105).
12. شبكة الإنترنت <http://www.ecommercetechndogy.org>
13. ألا سكوا، منهجية إدارة المعرفة: مقارنة تجريبية في قطاعات مركزية في دول ألا سكوا الأعضاء، الأمم المتحدة، نيويورك، 2004، ص(42).
14. شبكة الإنترنت <http://www.c4arab.com>
15. ثائر محمود رشيد العاني...، المصدر السابق، ص(102).
16. المصدر السابق، ص(102).
17. شبكة الإنترنت <http://www.opendirectorysite.info>
18. المصدر السابق.
19. ألا سكوا، التكنولوجيا الجديدة لتعزيز القدرة التنافسية والإنتاجية في قطاعات مختارة، الأمم المتحدة، نيويورك، 2003، ص(72).
20. المصدر السابق، ص(74).
21. ألا سكوا، نحو مجتمع معرفي...، المصدر السابق، ص(27).
22. ألا سكوا، مجتمع المعلومات في المملكة الأردنية الهاشمية، الأمم المتحدة، نيويورك، 2003، ص(2).
23. شبكة الإنترنت [www.opendirectorsite.info](http://www.opendirectorsite.info)، المصدر السابق.