

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.3/16
18 September 1998
ARABIC
Original: ENGLISH

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



مجلس التجارة والتنمية

لجنة المشاريع وتيسير الأعمال التجارية والتنمية
الدورة الثالثة

جنيف، ٢٣ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٨
البند ٤ من جدول الأعمال المؤقت

قضايا السياسة العامة المتصلة بإمكانية المشاركة في التجارة الإلكترونية

تقرير أعدته أمانة الأونكتاد

موجز تنفيذي

لهذه الوثيقة هدفان رئيسيان: (١) تقييم الحالة الراهنة لمدى ربط مختلف البلدان ومجموعات البلدان بقنوات التجارة الإلكترونية عبر شبكة إنترنت وإمكانية وصولها إليها؛ و(٢) تحديد المجالات الرئيسية التي ينبغي أن تعالج فيها قضايا السياسة العامة لتعزيز إمكانية المشاركة في التجارة الإلكترونية.

إن السبب في الثورة الحقيقية التي شهدتها التجارة الإلكترونية (ونموها السريع) هو جانبها القائم على شبكة إنترنت. ويعني ذلك من وجهة نظر الأطراف الأصغر المشاركة فيها (بما في ذلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم وأغلبية البلدان النامية) أن قدرتها على المشاركة في التجارة الإلكترونية العالمية ستعتمد مباشرة، في جوانب كثيرة، على قدرتها على الاتصال بشبكة إنترنت. وتشير البيانات المتوفرة إلى نمو متضاعف لنسبة الربط بشبكة إنترنت في جميع أنحاء العالم وإلى معدلات نمو أعلى من ذلك في العالم النامي. غير أن درجات اللامساواة في هذا الميدان تظل مرتفعة بصورة تلفت النظر حيث إن القدرة على إنتاج المعلومات وتخزينها ونشرها على شبكة إنترنت تظل مركزة جدا في أكثر البلدان تقدما. وقد لا ينقلب اتجاه هذه الظاهرة ما لم تعدل هياكل التكلفة الحالية: فإذا ظلت إمكانيات الوصول إلى شبكة إنترنت ضئيلة ومكلفة في البلدان النامية، ستظل مشاركتها في التجارة الإلكترونية تقتصر على العلاقات التقليدية "التعاقدية من الباطن" أو "السابقة للتعاقد".

ولوضع وتنفيذ سياسات ملائمة فيما يخص إمكانية المشاركة في التجارة الإلكترونية سيتعين على الحكومات أن تنظر في المجالات التي يرجح كثيرا أن تدر التجارة الإلكترونية فوائد على اقتصاداتها الوطنية الخاصة. وينبغي في هذا الصدد، النظر في الصفقات فيما بين المؤسسات التجارية وبين المؤسسات التجارية والمستهلكين وبين المؤسسات التجارية والحكومات.

مقدمة^(١)

١- بدأت التجارة الإلكترونية بواسطة إنترنت تشكل تحدياً للقواعد التحليلية والعملية للتجارة الدولية وتحدث ثورة فيها للأسباب التالية:

(أ) أن لديها إمكانات تخفيض تكاليف الصفقات عالمياً ومن ثم فإنها تقلل من العقبات الجغرافية التقليدية، وخاصة ما يترتب منها بالمسافة؛

(ب) أنها تسمح بقيام علاقات تعاقدية مباشرة بين المشتري والبائع، ومن ثم فإنها تسهم في ظهور منافسين جدد في عدد متزايد من الأسواق؛ ويمكن لشركات أصغر (واقتمادات أصغر) أن تصبح الآن منافساً ناجحاً في الأسواق الدولية؛

(ج) أنها تستند إلى شبكات المعلومات وتدفعات المعلومات، ومن ثم فإنها تعزز الشفافية في الأسواق بجعل المشتري والبائع يعرفان على الفور تقريباً الأسعار والنوعية وشروط التسليم التي يعرضها مختلف المنافسين.

٢- وهكذا فإن التجارة الإلكترونية بواسطة شبكة "إنترنت" تبشر بخير جم للتجارة والتنمية، خاصة في الاقتصادات النامية التي وجدت حتى الآن مثلاً صعوبة في تنفيذ استراتيجيات التنوع والكفاءة التجارية بنجاح. على أن جميع الآثار الايجابية المتوقعة لهذه التجارة لن تتحقق ما لم يتم استيفاء مجموعتين من الشروط:

(أ) ستحتاج التجارة الإلكترونية، شأنها شأن أية سوق جديدة، إلى مزيج دقيق من الحرية والقواعد؛ ولأن التجارة الإلكترونية عالمية بطبيعتها فإنها ستحتاج إلى مجموعة متوازنة تماماً من القواعد العالمية لتحريرها من القيود المعوقة على الأصدقاء الوطنيين؛

(ب) سيتعين، على سبيل الأولوية معالجة أوجه اللامساواة التي تفصل بين البلدان والمؤسسات من حيث إمكانية الوصول وإمكانية الربط والأسعار.

٣- وتركز هذه الوثيقة على توفير وصف مستوفى للحالة الراهنة للتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة إنترنت من وجهة نظر عالمية ومن وجهة نظر إقليمية ووطنية على حد سواء. وتولي الاهتمام من باب الأولوية لمسائل الربط وكذلك للأغراض التي يمكن أن تستخدم فيها المشاريع الأدوات الجديدة للتجارة الإلكترونية. وتتضمن الوثيقة تحليلاً لمسألة تنمية القنوات الإلكترونية دعماً للتجارة فيما بين الأنشطة التجارية وتجارة التجزئة وعمليات الشراء الحكومية. ويتضمن التحليل استعراضاً لعدة مبادرات راهنة ترمي إلى تعزيز كفاءة التجارة عن طريق تطبيق تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية والمعلومات في مختلف جوانب عملية التجارة الدولية.

ألف - استعراض عام للاتجاهات الأخيرة المؤثرة على التجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الإنترنت

٤- شهدت السنوات القليلة الماضية انتشاراً سريعاً لاستخدام شبكة إنترنت كقناة للتجارة العالمية، تيسر بيع كل من السلع الافتراضية (مثل المعلومات المباشرة وبرامج الحاسوب والخدمات) والسلع المادية. وعلى الرغم من مشاركة المشاريع والأفراد، في الكثير من الاقتصادات النامية والاقتصادات التي تمر بمرحلة انتقالية، إلى حد ما في التجارة الإلكترونية بالفعل، فإن أكبر أثر تجاري لها حتى الآن هو في الولايات المتحدة وأوروبا واليابان. وتجري إعادة تصميم النماذج التقليدية للتسويق وخدمات العملاء في صناعات بكاملها (مثل السفر والسمسة في البورصة وبيع الكتب) للاستفادة من إمكانية الأداء التفاعلي وتيسير تبادل المعلومات وفعالية التكلفة الموفرة من خلال استخدام قنوات التوزيع القائمة على شبكة إنترنت.

١- النمو في استخدام شبكة إنترنت

٥- كان الوصول إلى كتلة حرجة من المستعملين المباشرين أحد العوامل الرئيسية التي أدت إلى هذا النمو الجذري في التجارة الإلكترونية بين الاقتصادات الصناعية. وقدرت مؤسسة البيانات الدولية (International Data Corporation) عدد مستعملي شبكة إنترنت في الوقت الراهن بـ ١٠٠ مليون شخص وتوقع أن يرتفع هذا الرقم العالمي إلى ٣٢٠ مليون بحلول عام ٢٠٠٢. وتنبأ أيضاً بأن "يجيء معظم النمو في استخدام الشبكة من خارج الولايات المتحدة إذ سيتبنى المزيد من الناس في البلدان النامية تكنولوجيا المعلومات".

٢- نمو مواقع شبكة إنترنت في العالم

٦- ما فتئ عدد الحواسيب المضيفة لإنترنت أو وحدات الخدمة الموصولة بها يزداد بسرعة منذ أن أجرت مؤسسة "Network Wizards" الدراسة الاستقصائية الأولى في عام ١٩٩٥. ويرد موجز لنمو العدد الإجمالي للحواسيب المضيفة في الجدول ١ أدناه.

الجدول ١: عدد الحواسيب المضيفة لإنترنت في جميع أنحاء العالم

تاريخ الدراسة الاستقصائية	كانون الثاني/يناير ١٩٩٥	تموز/يوليه ١٩٩٥	كانون الثاني/يناير ١٩٩٦	تموز/يوليه ١٩٩٦	كانون الثاني/يناير ١٩٩٧	تموز/يوليه ١٩٩٧	كانون الثاني/يناير ١٩٩٨	تموز/يوليه ١٩٩٨
حواسيب مضيئة (بالآلاف)	٥ ٨٤٦	٨ ٢٠٠	١٤ ٣٥٢	١٦ ٧٢٩	٢١ ٨١٩	٢٦ ٠٥٢	٢٩ ٦٧٠	٣٦ ٧٢٩

المصدر: NUA, How Many Online?; Nielsen/CommerceNet Survey.

٧- بيد أن النمو لا يعني المساواة: وترد كثافة الحواسيب المضيفة لإنترنت في بلدان مختارة في الجدول ٢ أدناه، معبراً عنها بعدد الأشخاص لكل وحدة من وحدات خدمة إنترنت.

الجدول ٢: عدد الأشخاص لكل وحدة من وحدات خدمة إنترنت، فيما يخص بلدان مختارة

عدد الأشخاص لكل وحدة خدمة	البلد/الإقليم	عدد الأشخاص لكل وحدة خدمة	البلد/الإقليم
٣١٠	هونغ كونغ، الصين	٢٥	فنلندا
٤٧٠	اليابان	٥٠	الولايات المتحدة
٩٣٠	جنوب أفريقيا	٦٠	أستراليا
١ ٥٥٠	جمهورية كوريا	٧٠	كندا
٨ ٠٠٠	البرازيل	٩-	هولندا
١٥ ٠٠٠	تاييلند	١٢٥	سنغافورة
٨٧ ٠٠٠	إندونيسيا	١٣٠	المملكة المتحدة
٥٦١ ٠٠٠	الصين	١٨٠	ألمانيا
١ ٢٠٠ ٠٠٠	الهند	١٨٥	إسرائيل

المصدر: Killen & Associates; Network Wizards.

٣- نمو الإيرادات التي تدرها التجارة الإلكترونية

٨- نمت التجارة الإلكترونية بصورة مطردة طوال الثمانينات والتسعينات، لكن معظم هذا النشاط التجاري مورس حتى منتصف التسعينات على شبكات القيمة المضافة للقطاع الخاص مثل الشبكات التي تشتغلها شعبة خدمات المعلومات التابعة لشركة "جنرال إلكتريك" وشركة "آي بي إم". وشملت معظم التجارة فيما بين الأنشطة التجارية قيام كبار الصانعين في صناعات مثل صناعة السيارات وبيع التجزئة بتسجيل طلبات شراء لدى مورديهم. ونشرت وكالات حكومية كثيرة أيضا إعلانات شراء وقبلت عروضاً من بائعين عن طريق هذه الشبكات ذات القيمة المضافة.

٩- وخلال هذه الفترة، بدأت عدة خدمات مباشرة موجهة إلى المستهلكين والأعمال التجارية، مثل "Compuserve, Prodigy and Dialog/DataStar"، في توسيع شبكاتها الخاصة دولياً أو وزعت خدماتها في الخارج عن طريق الشبكات التجارية ذات القيمة المضافة.

١٠- وابتداءً من عام ١٩٩٤ بدأت عدة خدمات معلومات غير مجانية عملياتها على شبكة المعلومات العالمية "ويب" وحذت حذوها بسرعة كبيرة شركات تبيع سلعاً استهلاكية وصناعية وتقدم خدمات وسيطة

مثل الحصول على الأسعار المعروضة لتغطية التأمين. وبحلول عام ١٩٩٧ قدرت مؤسسة البيانات الدولية القيمة الإجمالية للتجارة الإلكترونية الممارسة على شبكة إنترنت بمبلغ ٨ مليارات دولار من دولارات الولايات المتحدة. وتقدر كل من مؤسسة فورريستر للبحوث (Forrester Research) ومؤسسة سيمبا للمعلومات (Simba Information) الرقم الخاص لعام ١٩٩٧ بمبلغ ٩ مليارات دولار من دولارات الولايات المتحدة. وتوقعت مؤسسة البيانات الدولية مؤخرًا أن يرتفع إجمالي إيرادات التجارة الإلكترونية إلى ٤٠٠ مليار دولار من دولارات الولايات المتحدة بحلول عام ٢٠٠٢ وإن كانت مؤسسة سيمبا. تتوقع مبلغًا أكثر تواضعًا قدره ١٠٢ مليار دولار من دولارات الولايات المتحدة.

١١- وتتوقع مؤسسة سيمبا أيضًا أن يصل إجمالي إيرادات التجارة الإلكترونية (بما في ذلك شبكة إنترنت وشبكات القيمة المضافة والأقراص المتراصة بذاكر مقروءة فقط) (CD-ROM) إلى ٢٨,٨ مليار دولار في عام ١٩٩٨، وأن تبلغ قيمة ما تدره التجارة فيما بين الأنشطة التجارية من هذه الإيرادات ١٩ مليار دولار. وتتوقع أن يرتفع الرقم الأخير إلى ٥٨ مليار دولار بحلول عام ٢٠٠٢. ويتوقع باحثون آخرون نموًا أكبر حيث تتوقع مؤسسة فورريستر أن تصل إيرادات التجارة الإلكترونية فيما بين الأنشطة التجارية وحدها إلى ٣٢٧ مليار دولار بحلول عام ٢٠٠٢.

١٢- وعلى الرغم من اختلاف منهجيات التنبؤ وتعريف التجارة الإلكترونية المستخدمة من جانب مؤسسات البحث المشار إليها في هذه الوثيقة، تشير مختلف الإسقاطات جميعها إلى زيادات تصل إلى رقم عشري في النشاط التجاري الإلكتروني في السنوات المقبلة.

باء - الآفاق الإقليمية

١٣- على الرغم من نمو استخدام شبكة إنترنت والتجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم، هناك فروق كبيرة في المستويات المطلقة ومعدلات النمو، سواء فيما بين البلدان الصناعية، وبين العالم المتقدم والعالم النامي. وتعرض المناقشة التالية بعض آفاق هذه التطورات الإقليمية يليها تحليل لأثر ذلك على الأنشطة الشرائية للمستهلك وفيما بين المشاريع التجارية والأنشطة الشرائية الحكومية.

١- أوروبا

١٤- كان النمو في استخدام شبكة إنترنت والتجارة الإلكترونية في أوروبا أبطأ من نموه في الولايات المتحدة في البداية لكن تكاثر مزودي خدمات إنترنت والخدمات المباشرة (مثل AOL) ساعد على إحداث نمو كبير مؤخرًا^(٧).

١٥- وتضم ألمانيا والمملكة المتحدة أكبر عدد من مستعملي شبكة إنترنت (٦,١ مليون شخص و٧,٢ مليون على التوالي)، على الرغم من أن النسبة العامة لتغلغل شبكة إنترنت (النسبة المئوية للسكان الموصولين بها) لا تتجاوز ٧,٣ في المائة و١٢,٨ في المائة على التوالي. ونسبة تغلغل شبكة الإنترنت هي الأعلى في بلدان اسكندينايفيا، بما في ذلك السويد (٢٧ في المائة مع اتصال مباشر) والنرويج (٣٢,٥ في المائة) وفنلندا (٣٥ في المائة). ويوجد في فرنسا ٣,٨ مليون مستعمل لشبكة إنترنت (٦,٥ في المائة من السكان) وإن كانت هذه

النسبة لا تشمل ملايين الأشخاص الذين يستعملون جهاز "Minitel" الذي مثل مصدرا هاما لنشاط التجارة الإلكترونية قبل ظهور الشبكة العالمية ويب بمدة طويلة.

١٦- وستبلغ قيمة التجارة الإلكترونية في أوروبا حسب تقديرات مؤسسة فوريستر للبحوث زهاء ١,٢ مليار دولار من دولارات الولايات المتحدة في عام ١٩٩٨، ترتفع إلى ٦٤,٤ مليار دولار بحلول عام ٢٠٠١ علما بأن التجارة فيما بين الأنشطة التجارية ستمثل مصدر معظم النمو في الحجم (٨٨ في المائة). واكتشفت دراسة استقصائية أجرتها مؤسسة موري (MORI) مؤخرا، شملت ٩٠٠ نشاط تجاري في أوروبا الغربية (من جميع الأحجام)، أن نصف مديريها تقريبا واثقون من أن "التجارة الإلكترونية أفضل خيار لمستقبل نشاطهم". وبينت ٢٥ في المائة تقريبا من الشركات التي استفتيت والتي تمارس نشاطا على شبكة إنترنت أنها بدأت بالفعل تحقق أرباحا من أنشطتها على الخطوط المباشرة، بينما حققت ٥٨ في المائة منها وفورات كبيرة في التكاليف عن طريق استخدام شبكة إنترنت (البريد الإلكتروني وشبكة المعلومات العالمية ويب) في ممارسة تجارتها.

١٧- ويبدو أن الكثير من المشاريع الصغيرة والمتوسطة في أوروبا تنظر في فرص التجارة الإلكترونية عن كثب. وبينت دراسة استقصائية بإشراف شركة الاتصالات السلكية واللاسلكية البريطانية نشرتها في آب/أغسطس ١٩٩٨ أن ٥٤ في المائة من الشركات المتوسطة الحجم و٢٢ في المائة من الشركات الصغيرة موجودة على شبكة إنترنت (البريد الإلكتروني و/أو شبكة ويب). وبيّنت ٦٦ في المائة من الشركات الموصولة بشبكة إنترنت أن البريد الإلكتروني أصبح الآن حاسما بالنسبة لتجارتها. وبيّنت دراسة سابقة أجرتها نفس المجموعة أن ٨١ في المائة من الشركات التي شملتها الدراسة أشارت إلى أن شبكة إنترنت ستصبح جزءا لا يتجزأ من مستقبل تجارتها.

٢- أفريقيا

١٨- تحسنت إمكانية ربط أفريقيا بشبكة الإنترنت بصورة كبيرة منذ أوائل التسعينات لكنها ما زالت عند مستويات منخفضة جدا مقارنة بمستوياتها في الاقتصادات المتقدمة^(٣). ويوجد حاليا نحو ١٥٠ ٠٠٠ حاسوب مضيف لشبكة إنترنت في أفريقيا بالإضافة إلى أكثر من ٢٥٠ من ذوي خدمات إنترنت. وأغلبية المستعملين الحاليين موجودة في جنوب أفريقيا (٦٠٠ ٠٠٠) ولا يستعمل شبكة "إنترنت" سوى واحد من كل ٨ ٠٠٠ شخص في أماكن أخرى في أفريقيا. وتشمل البلدان الرائدة في نمو استعمال شبكة إنترنت في أفريقيا السنغال (٢ ٥٠٠ مستعمل) وتونس (٣ ٥٠٠ مستعمل) وغانا (٤ ٥٠٠ مستعمل) وكينيا (٥ ٠٠٠ مستعمل) والمغرب (٦ ٠٠٠ مستعمل) وزمبابوي (١٠ ٠٠٠ مستعمل).

١٩- وفي عام ١٩٩٦ لم يكن هناك سوى ١٦ بلدا أفريقيا موصولا بشبكة إنترنت. أما اليوم فإن أكثر من ٧٥ في المائة من العواصم الأفريقية البالغ عددها ٥٣ عاصمة تتمتع بكل إمكانات الوصول إلى شبكة إنترنت. وتوفر نحو ١٠ بلدان إمكانية الوصول إلى إنترنت عبر مكالمات محلية في مدينة كبرى ثانية بينما يوفر أكثر من ١٠ بلدان أخرى إمكانية الوصول إلى إنترنت عبر المكالمات المحلية في جميع أنحاء البلد. غير أن إمكانية الربط في المناطق الريفية في أفريقيا ما زالت معقدة.

٢٠- وما زالت تكلفة الوصول إلى إنترنت حتى بالاتصال الهاتفي مرتفعة في بلدان أفريقية كثيرة. ويلخص الجدول الوارد في المرفق الثالث التكلفة السنوية الافتراضية للاتصال بشبكة إنترنت لمدة خمس ساعات فقط في الشهر في مجموعة مختارة من البلدان. وتتراوح التكلفة السنوية بين مبلغ أدنى قدره ١٣٦ دولارا من دولارات الولايات المتحدة في بوتسوانا ومبلغ أعلى قد يصل إلى ١٧٤٠ دولارا في أنغولا. وبالمقارنة يبلغ متوسط تكلفة الاتصال بشبكة الإنترنت لمدة ٢٠ ساعة (رسوم الهاتف ومزود خدمات إنترنت) ٢٩ دولارا في الشهر (٣٤٨ دولارا في السنة) في الولايات المتحدة و٧٤ دولارا (٨٨٨ دولارا في السنة) في ألمانيا و٦٥ دولارا (٧٨٠ دولارا في السنة) في المملكة المتحدة حسب وثيقة صدرت مؤخرا عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي^(٤). وما زالت تكاليف الوصول إلى شبكة إنترنت في أفريقيا مرتفعة جدا بالنسبة للمقيمين المحليين إذا أخذت في الاعتبار الفوارق في دخل الفرد. وبما أن مناطق ريفية كثيرة في أفريقيا تفتقر حتى إلى الخدمات الهاتفية السلكية فإنه لا يمكن لهذه المناطق أن تنفذ إلى شبكة إنترنت إلا عن طريق الربط الهاتفي بشبكات خلوية حلقتية لاسلكية محلية أو بالسواتل، وهو أكثر تكلفة بحكم طبيعته.

٣- الشرق الأوسط

٢١- شهدت بلدان الشرق الأوسط التي تسمح بوصول الجمهور إلى شبكة الإنترنت زيادات كبيرة في عدد المستعملين الموصولين بالشبكة^(٥). وتتصدر إسرائيل المنطقة فيما يخص إجمالي عدد السكان الموصولين بإنترنت وتغلغل هذه الشبكة، إذ يبلغ عدد المستعملين ٣٠٠ ٠٠٠ شخص (٥,٥ في المائة من السكان) تليها الإمارات العربية المتحدة التي يبلغ عدد المستعملين فيها ٨٨ ٦٠٠ مستعمل (٣ في المائة) ثم مصر التي يبلغ عدد المستعملين فيها ٦١ ٠٠٠ مستعمل (٠,١ في المائة) ولبنان التي يبلغ عدد المستعملين فيها ٨٠٠ ٤٣ مستعمل (١,١ في المائة). ويوجد في إسرائيل ٨٨ ٠٠٠ حاسوب مضيف لإنترنت، مقابل أقل قليلا من ١٤ ٠٠٠ في الإمارات العربية المتحدة و٥ ٦٠٠ في الكويت وأكثر بقليل من ٢ ٠٠٠ في مصر.

٢٢- وقدرت دراسة استقصائية أجرتها مجموعة تكنولوجيا المعلومات DIT مجموع قيمة التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط بما يتراوح بين ٩ ملايين و١١,٥ مليون دولار من دولارات الولايات المتحدة في عام ١٩٩٧. وهناك أقلية صغيرة فقط من مزودي خدمات إنترنت الذين تم سؤالها لأغراض الدراسة الاستقصائية قبلت أن تتم المدفوعات عن طريق مواقعها على الشبكة العالمية ويب أو المواقع التي تديرها لصالح عملائها. ووفر ٢٠ في المائة فقط من مزودي خدمات إنترنت قدرات مأمونة على إبرام صفقات. ونتيجة لذلك لم يتم بعمليات شراء فعلا خلال العام الماضي عن طريق شبكة إنترنت، حسب تقديرات الدراسة الاستقصائية، سوى ٤ في المائة من المستعملين من المنطقة، معظمهم من شركات خارج الشرق الأوسط. غير أن الشركات العربية لبرامج الحاسوب المشاركة في جانب منفصل من الدراسة بينت أنها تتوقع أن يتم ثلث صفقاتها عن طريق شبكة إنترنت في السنتين أو الثلاث سنوات المقبلة^(٦).

٤- أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي

٢٣- شهدت أمريكا اللاتينية نموا سريعا في استخدام شبكة الإنترنت على مدى السنوات القليلة الماضية. وتتراوح تقديرات عدد سكان أمريكا اللاتينية الموصولين بشبكة الإنترنت اليوم بين ٤,٥ مليون شخص (تقديرات مؤسسة Nua) وأكثر من ٨,٥ مليون شخص (تقديرات مؤسسة Nazca Saatchi & Saatchi). وتتوقع المؤسسة الأخيرة أيضا أن يرتفع عدد مستعملي شبكة إنترنت في المنطقة إلى ٣٤ مليون شخص

بحلول عام ٢٠٠٠ وأن يصل عدد مواقع أمريكا اللاتينية، التجارية المنحى في معظمها، في الشبكة العالمية ويب إلى ٥٠٠ ٠٠٠ موقع بحلول عام ١٩٩٩^(٧).

٢٤- وقد أفرج تحرير التجارة والنمو الاقتصادي عن قدر هائل من الطلب المحتجز على تكنولوجيا المعلومات على مستوى رجال الأعمال والمستهلكين. وعلى سبيل المثال لم يُبع في عام ١٩٩٣ سوى ٤٤ ٠٠٠ حاسوب شخصي في البرازيل بينما وصل هذا العدد في عام ١٩٩٧ إلى ٢,٥ مليون حاسوب. ويبدو أن المستهلكين في أمريكا اللاتينية أقل حذرا في الشراء عن طريق الخط المباشر من المستهلكين في بعض المناطق الأخرى. واكتشفت الدراسة الاستقصائية التي أجرتها مؤسسة Nazca Saatchi & Saatchi أن ٢٩ في المائة من المجيبين اشترى سلعا أو خدمات عن طريق الشبكة بالخط المباشر، وهو أقل من نسبة ٤٨ في المائة المذكورة فيما يخص سوق الولايات المتحدة، لكنها نسبة تشير مع ذلك إلى إمكانات قوية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين.

٢٥- وتمثل البرازيل سوق إنترنت الرائدة في المنطقة حيث يوجد فيها ما بين مليون و١,٣ مليون مستعمل مباشر، وذلك حسب الدراسة الاستقصائية المشار إليها. غير أن هذا الرقم ما زال منخفضا بالنظر إلى العدد الإجمالي للسكان (أقل من ١ في المائة). ويوجد في المكسيك (٣٧٠ ٠٠٠ مستعمل) وشيلي (٢٠٠ ٠٠٠ مستعمل) وكولومبيا (١٢٠ ٠٠٠ مستعمل) والأرجنتين (١٧٠ ٠٠٠ مستعمل) عدد كبير من مستعملي إنترنت وإن كانت قاعدة مستعملي إنترنت في كوستاريكا وحدها (٥٠ ٠٠٠) تتجاوز ٥ في المائة من مجموع السكان. وبذلك لم يتم بعد بلوغ الكتلة الحرجة اللازمة لدعم التجارة الإلكترونية بصورة فعالة.

٢٦- وتشير دراسة استقصائية أكاديمية أُجريت مؤخرا بشأن الأنشطة التجارية الإلكترونية في أمريكا اللاتينية^(٨) إلى أن مزودي خدمات إنترنت يقومون بدور الرائد في تشجيع ممارسة التجارة الإلكترونية داخل المنطقة. ويعدد التقرير زهاء ٣٠ مزودا من مقدمي خدمات إنترنت الأمريكيين اللاتينيين والناطقين بالإسبانية، يعرضون تصميمات لشبكة ويب وفهرسا مباشرا وإمكانات الدفع المباشر وخدمات التدريب وإدماج النظم بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى خدمات إنترنت الأساسية. ويبدو أن معظم هذا النشاط موجه في الوقت الحاضر إلى سوق التجارة فيما بين الأنشطة التجارية.

٥- آسيا والمحيط الهادئ

٢٧- يقدر مجموع عدد المستعملين في المنطقة حاليا بـ ٢٢ مليون شخص ويوجد أكبر عدد من الأشخاص الموصولين بالشبكة في اليابان (١٢,١ مليون) وأستراليا (٣,٣ مليون) وجمهورية كوريا (١,٥ مليون) والصين (٠٠٠ ١٧٥). ونسبة تغلغل "إنترنت" هي الأكبر في أستراليا (١٨ في المائة من السكان الموصولين) تليها نيوزيلندا (١٥,٨ في المائة) ثم سنغافورة (١٤,٧ في المائة). وزهاء ٩,٦ في المائة من المواطنين اليابانيين موصولين بالشبكة، وإن كان البلد يأتي في المقدمة من حيث عدد مضيبي "إنترنت" (١,٤ مليون) تليه، بفارق كبير، أستراليا (٧٥٠ ٠٠٠)^(٩).

٢٨- ودرست بحوث مؤسسة البيانات الدولية مؤخرا الشركات الـ ١ ٠٠٠ الأولى في المنطقة فوجدت أن ٧٥ في المائة منها، يملك حاليا مواقع على شبكة ويب. وقد ارتفعت هذه النسبة المئوية إلى أكثر من الضعف

خلال العام الماضي وتقترب الآن من النسبة المقدرة لسوق الولايات المتحدة، التي تفيد بأن ٨١ في المائة من شركات الولايات المتحدة التي تشغّل أكثر من ١٠٠ موظف تملك موقعا تجاريا على شبكة ويب.

٢٩- وتتوقع مؤسسة البيانات الدولية أيضا أن تصل إيرادات التجارة الإلكترونية بحلول عام ٢٠٠١ إلى المستويات التالية في اقتصادات البلدان الآسيوية التي حللتها:

الجدول ٣ - التجارة الإلكترونية - الإيرادات المسقطه في عام ٢٠٠١

البلد	إيرادات التجارة الإلكترونية (بملايين دولارات الولايات المتحدة)
ماليزيا	١ ٠٠٠
سنغافورة	٨٠٠
تايلند	٢٠٠
إندونيسيا	أقل من ٢٠٠
الفلبين	أقل من ٢٠٠

المصدر: IDC Research, ١٩٩٧.

٦- الولايات المتحدة وكندا

٣٠- تبين الدراسة الاستقصائية لاستخدام شبكة إنترنت في الولايات المتحدة وكندا الصادرة مؤخرا عن مؤسسة Nielsen/CommerceNet أن عدد مستعملي شبكة إنترنت (١٦ سنة أو أكثر) بلغ في حزيران/يونيه ١٩٩٨ أكثر من ٧٩ مليون شخص. ويمثل ذلك زيادة قدرها ٣٦ في المائة بالنسبة لما ورد في الدراسة الاستقصائية السابقة التي أجريت في أيلول/سبتمبر ١٩٩٧ وزيادة قدرها ٢,٥ في المائة شهريا في المتوسط منذ بداية عام ١٩٩٧. وازداد أيضا عدد الأشخاص الذين يشترون بالفعل سلعا وخدمات على شبكة إنترنت بنسبة ٣٧ في المائة ليصل إلى نحو ٢٠ مليون شخصا، بالإضافة إلى ٢٨ مليون شخص آخر يستعملون شبكة إنترنت للتحقق من الأسعار ومقارنة المنتجات.

٣١- وكشفت دراسة استقصائية أجريت مؤخرا بشأن الأنشطة التجارية الصغيرة في الولايات المتحدة أن ٣٧ في المائة منها (أي زهاء ٢,٦ مليون شركة) تمارس أعمالها التجارية بواسطة الشبكة في الوقت الراهن. ومن المرجح أن يستخدم الشبكة مليون آخر من الأنشطة التجارية الصغيرة في عام ١٩٩٨. ووجدت الدراسة الاستقصائية بشأن استخدام الأنشطة التجارية الصغيرة لشبكة إنترنت أن ٨٠ في المائة من الأنشطة التجارية الصغيرة التي تستخدم الشبكة تلتصق بمعلومات عن المنتجات والخدمات التجارية، بينما يستخدم

٦٥ في المائة منها البريد الإلكتروني يومياً ويرسل ٨٤ في المائة منها بريداً إلكترونياً إلى الزبائن ويشترى ٣٨ في المائة منها منتجات وخدمات تجارية عبر الشبكة مباشرة. وكشفت دراسة استقصائية أجرتها مؤخراً شركة "آي بي إم" IBM شملت ١٠٠٠ مشروع تجاري صغير أن ٦٧ في المائة منها موصول بشبكة انترنت و ٢٤ في المائة يشغل موقعاً على شبكة ويب العالمية. وبذلك بلغت الولايات المتحدة الكتلة الحرجة اللازمة لدعم صناعة تجارة الكترونية قوية.

جيم - آفاق قطاع الأعمال التجارية

٣٢- تؤثر التجارة الإلكترونية بالفعل تأثيراً عميقاً في المؤسسات في قطاعات اقتصادية كثيرة وستؤثر في كل اتجاه من الاتجاهات الرئيسية الأربعة للنشاط التجاري: وتشمل (١) التجارة فيما بين الأعمال التجارية؛ (٢) التجارة بين الأعمال التجارية والمستهلكين؛ (٣) التجارة بين الأعمال التجارية والحكومات؛ (٤) التجارة بين المستهلكين والحكومات. وتتناول المناقشة التالية القنوات الثلاث الأولى لأن القناة الرابعة تخرج عن نطاق هذه الوثيقة.

١ - التجارة الإلكترونية فيما بين الأعمال التجارية: من التبادل الإلكتروني للبيانات إلى شبكة المعلومات العالمية ويب

٣٣- استخدمت قنوات التجارة الإلكترونية، كما سبقت الإشارة إليه، طوال سنوات عديدة، من جانب الشركات الكبرى والحكومات بصورة رئيسية، لتيسير الصفقات التجارية. غير أن معظم الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم وجدت تكاليف استخدام تطبيقات التبادل الإلكتروني للبيانات بواسطة الشبكات ذات القيمة المضافة مرتفعة ارتفاعاً يمنع استخدامها باستثناء الحالات التي يفرض فيها المشتري (مثل الحكومة أو أرباب الصناعات الكبيرة) استخدام هذه القناة. وفي بعض الحالات، خاصة عمليات الشراء الحكومية في الولايات المتحدة، حقق الكثير من الشبكات ذات القيمة المضافة إيرادات كبيرة من ترجمة رسائل التبادل الإلكتروني للبيانات إلى شكل فاكس أو شكل ورقي.

٣٤- غير أن ميزة هذه الشبكات تكمن في كونها أنشئت خصيصاً لدعم سلاسل الامداد لكبار الصانعين ومن ثم فإنها كانت تنعم بقاعدة أسرة من الأعمال التجارية الجارية لهؤلاء المشترين الكبار. ومن ثم كان هناك حافز طبيعي يحث موردي المنتجات ذات الصلة، وخاصة صانعو مكونات السلع أو الصانعون بعقود على الاشتراك في الشبكات ذات القيمة المضافة لتلقي إخطارات الشراء من زبائنهم الصناعيين الكبار.

٣٥- وليست الولايات المتحدة البلد الوحيد الذي كانت تقوم فيه شبكات سلسلة الامداد القائمة على التبادل الإلكتروني للبيانات بعمليات هامة؛ فهناك دراسة أجراها البنك الدولي في عام ١٩٩٥ قدرت عدد مستخدمي التبادل الإلكتروني للبيانات في أوروبا بنحو ٣٠٠٠٠ مستخدم، يستعمل ما بين ١٠ و١٥ في المائة منهم التبادل الإلكتروني للبيانات لتيسير الصفقات التجارية الدولية. كما أن مستويات النشاط في مجال التبادل الإلكتروني للبيانات مرتفعة في آسيا، ولا سيما اليابان وجمهورية كوريا وسنغافورة، وإن كانت هناك شركات كثيرة تستخدم أشكال بيانات خاصة بدلاً من الرسائل الموحدة لنظام الأمم المتحدة للتبادل الإلكتروني للبيانات لأغراض الادارة والتجارة والنقل (UN-EDIFACT). وبدأ استخدام شبكات الفرص التجارية، مثل نظام فرص التجارة الإلكترونية لبرنامج الأمم المتحدة لنقاط التجارة أيضاً في الشبكات ذات القيمة المضافة.

٣٦- وأدى انتشار الربط بشبكة انترنت على نطاق أنحاء العالم إلى هجرة هذه التطبيقات التجارية القائمة على الشبكات الخاصة إلى هذه الأداة الجديدة وإلى نمو سريع لعدد الشركات التي تستخدم شبكات الفرص التجارية وسلسلة الامداد للحصول على صفقات تجارية جديدة. وأعيد تصميم معظم هذه التطبيقات بحيث أصبح المستخدمون يحتاجون إلى متصفح عادي فقط على شبكة ويب للحصول على معلومات أو إبرام صفقات.

٣٧- وعلى سبيل المثال يوجد في الوقت الراهن عدد من شبكات الفرص التجارية تعمل على شبكة ويب العالمية وتتنسب إلى منظمات ورابطات دولية بما في ذلك:

- نظام فرص التجارة الالكترونية التابع لمركز الأمم المتحدة لتطوير نقاط التجارة، الذي يمكن القول بأنه أكبر نظام من حيث حجم الرسائل. وتلقى أكثر من ١٠ ٠٠٠ مؤسسة في جميع أنحاء العالم نظام فرص التجارة الالكترونية عبر البريد الالكتروني.
- رابطة مراكز التجارة العالمية على الخط المباشر (WTCA in-Line) (الخلف لخدمة NETWORK service).
- شبكة نظام تعزيز معلومات التجارة والتكنولوجيا التي أنشأها في الأصل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. ونظام التبادل التجاري العالمي (Global Business Exchang) ويرعاها اتحاد شركات يشمل المكتب الدولي للغرف التجارية.

٣٨- وفضلاً عن ذلك، يوجد ما يزيد على ١٠٠ من الخدمات التجارية الرائدة القائمة على شبكة ويب أو البريد الالكتروني تشغلها شركات القطاع الخاص وكذلك وكالات ترويج التجارة في جميع أنحاء العالم. ويوفر الكثير من خدمات المعلومات التجارية على الخط المباشر مثل الخدمات التي تشغلها نقطة التجارة في الولايات المتحدة الأمريكية ونقطة التجارة في فنلندا، أنواعاً أخرى من المعلومات التجارية المجانية وغير المجانية مثل بحوث السوق وأدلة الشركات والارشادات التجارية بالإضافة إلى الفرص التجارية.

٣٩- وفيما عدا بضعة استثناءات، لا تركز شبكات الفرص التجارية هذه على قطاع واحد أو مجموعة واحدة من فئات المنتجات؛ وتستعمل أكثر الخدمات فعالية تكنولوجيات بحث متطورة وأشكال بيانات منظمة لتمكين المستخدمين من تمييز الفرص الملائمة بسرعة. وعلى الرغم من الاستخدام الواسع النطاق لنظم الفرص التجارية، خاصة في أمريكا اللاتينية، تركز هذه النظم عادة على المنتجات النهائية أو السلع الأساسية ومن ثم تتوجه إلى الشركات التجارية وشركات التوزيع أكثر مما تتوجه إلى المشتريين الصناعيين.

٤٠- ووسع أيضاً نطاق شبكات سلسلة الإمداد القائمة على التبادل الالكتروني للبيانات، التي تستخدمها الشركات المتعددة الجنسية الكبرى، لتشمل شبكة انترنت. ومن أشهر المبادرات في هذا المجال شبكة عمليات التجارة التي تشغلها خدمات المعلومات بشركة جنرال اليكتريك والتي يتجاوز عدد زبائنها ٤٠ ٠٠٠ زبون في جميع أنحاء العالم. وشبكة عمليات التجارة التي انشئت في عام ١٩٩٦ تسمح للشركات المشتريية بإنشاء قنوات مأمونة عبر شبكة انترنت تربطها بمورديها الرئيسيين وبإذاعة طلبات الأسعار على الموردين المحتملين الجدد في جميع أنحاء العالم. ونفذت هذه الخدمة في البداية في شعبة الاضاءة بشركة جنرال

اليكتريك وفي عمليات أخرى لهذه الشركة، التي خفض فيها الوقت اللازم لانجاز الشراء بنسبة ٥٠ في المائة وتكاليف المنتجات المشتراة بنسبة وصلت إلى ٣٠ في المائة. وتستخدم شبكة عمليات التجارة في الوقت الراهن شركات أخرى متعددة الجنسية مثل شركات هيوليت باكارد وتكسترون أوتوموتيف وكرايسلر. وفضلاً عن ذلك يشارك أكثر من ٤٠٠ شركة صغيرة ومتوسطة الحجم في جميع أنحاء العالم في هذه الخدمات التي تولد حسب التقارير صفقات تتجاوز قيمتها مليار دولار من دولار الولايات المتحدة في السنة. وعلى سبيل المثال تحقق شركة هونغاريه صغيرة تدعى اسمها Dellcomix، أكثر من ٢٠ في المائة من إيراداتها السنوية عن طريق شبكة عمليات التجارة.

٤١- وبالإضافة إلى شبكات فرص التجارة وسلسلة الامداد، انتقل الكثير من تقنيات التسويق الصناعي، مثل فهارس البيانات المصورة (كتالوجات) والعمليات البريدية الواسعة النطاق، إلى شبكة انترنت باستخدام تكنولوجيايات كل من شبكة ويب العالمية والبريد الالكتروني. وتسمح تكنولوجيايات البحث الجديدة المتطورة للصانع الذي توجد لديه آلاف المنتجات التي تكون متشابهة ولكنها متميزة، مثل شركة AMP المنتجة للمكونات الالكترونية، بإنشاء فهارس بيانات مصورة على الخط. ويمكن للزبائن المحتملين أن يجدوا بواسطتها على وجه السرعة الشكل المحدد الذي يبحثون عنه. وطورت شركة ذات جذور مصرية متينة مقرها في الولايات المتحدة هي شركة سقارة للنظم (Saqqara Systems) تطبيق اسلوب شركة AMP وأصبحت الآن رائدة في سوق الفهارس الالكترونية المصورة.

٤٢- واستحدثت عدة شركات للتكنولوجيا نظاماً متطورة لتسجيل الطلبات على شبكة ويب تسمح للمستهلكين بأن يحددوا الكترونياً بدقة شكل المنتج النهائي الذي يتم طلبه ثم يشحن إليهم. وتبيع شركة Dell Comfuters ما تتجاوز قيمته ٦ ملايين دولار من الحواسيب في اليوم بواسطة موقعها على شبكة ويب، بينما تقبل شركة Cisco Systems في الوقت الحاضر طلبات الكترونية يتجاوز مجموع قيمتها ٢٠ مليون دولار في اليوم.

٤٣- وبدأت زيادة الفعالية في إنجاز الصفقات التجارية الدولية، التي تشكل واحداً من الأهداف الرئيسية لمبادرة الأونكتاد المتعلقة بالكفاءة في التجارة، تتحقق نتيجة أوجه التقدم في التجارة الالكترونية، لكن ما زال هناك الكثير مما ينبغي أن تقوم به الحكومات والمجتمع التجاري الدولي في هذا المجال. وأعاقت الاختلافات بين الدول فيما يخص القوانين واللوائح التجارية، وخاصة بشأن الصلاحية القانونية للوثائق الالكترونية والتوقيعات الرقمية، الجهود المبذولة لتجريد ولو عدد قليل من الوثائق الكثيرة المستخدمة في الصفقات التجارية الدولية من طابعه المادي^(١٠).

٢ - التجارة الالكترونية بين الأعمال التجارية والمستهلكين: التسوق العالمي

٤٤- جاء نمو تجارة التجزئة على شبكة انترنت في الكثير من الاقتصادات المتقدمة نتيجة طفرة المبيعات بواسطة كتالوجات البيع بالمراسلة التي بدأت في السبعينات والثمانينات. وانجذب الكثير من تجار

التجزئة الذين يستعملون الكتالوجات وكذلك قنوات التسوق التلفزيونية (مثل QVC) بطبيعة الحال إلى شبكة ويب العالمية لأنهم كانوا، بحكم طبيعتهم، يبيعون منتجات يمكن تسليمها بالبريد أو عبر شبكة انترنت (مثل برامج الحاسوب). وبالإضافة إلى ذلك استفادت عدة مشاريع جديدة مثل "Virtual Vineyards" و "Tel-by-Auto" و "CD-NOW" من القدرة على تزويد زبائنها بمعلومات مفصلة عن فئات محددة من المنتجات أو خدمات التسوق المقارن. وعمل الكثير من هؤلاء البائعين، مثل Amazon.com و 1-800-Flowers. أيضاً على تنمية قدرتهم على خدمة الزبائن الأجانب وتوفير المعلومات بلغات أجنبية.

٤٥- ويعتمد نطاق فرص تجارة التجزئة الدولية إلى حد بعيد على المنتجات المعروضة والاعتبارات المتصلة بتسليم المنتجات والاستثمار اللازم "لتحديد" الموقع على شبكة ويب العالمية للزبائن الأجانب.

٣- التجارة الالكترونية بين الأعمال التجارية والحكومات: الاقتداء

٤٦- تستخدم الحكومات على الصعيدين الوطني والاقليمي بل وحتى الصعيد البلدي قنوات التجارة الالكترونية لزيادة فعالية عملياتها وتحسين مستوى الخدمات الموفرة للمواطنين. ومما يشكل مجالاً رئيسياً لاهتمام الأعمال التجارية ازدياد استخدام الحكومات لشبكة انترنت والشبكات ذات القيمة المضافة لنشر فرص الشراء وتلقي الأسعار من البائعين الراغبين في توفير السلع والخدمات.

٤٧- وكانت فرص الشراء ترسل عادة إلى قائمة قصيرة من البائعين المنتقنين مسبقاً أو يعلن عنها في الصحف أو المنشورات الحكومية. وفي الثمانينات وبداية التسعينات بدأت بعض الوكالات الحكومية الأكثر ابتكاراً تستعمل خدمات لوحات الاعلانات الموصولة الكترونياً لتوفير إمكانية الوصول المباشر إلى طلبات الشراء الحالية. غير أن هذا النهج كان يتطلب من البائع أن يشتري ويستخدم برامج اتصالات جاهزة متوافقة لمشاهدة هذه المعلومات. وكانت وكالات أخرى، وبالأخص وزارة الدفاع الأمريكية، في حاجة إلى أن توصل الآلاف من طلبات الشراء إلى الجمهور على الصعيد الوطني أو الدولي. ونتيجة لذلك بدأت هذه المؤسسات تستخدم الشبكات التجارية ذات القيمة المضافة لتوزيع المعلومات المتعلقة بعمليات الشراء على البائعين المحتملين. واستلزم هذا الحل من الموردين أيضاً الاشتراك لدى مزود خدمات الشبكة واستخدام قدرات متخصصة في مجال الاتصالات فضلاً عن برامج جاهزة لترجمة المعلومات المتحصل عليها بواسطة التبادل الالكتروني للبيانات إذا أرادوا إدخال المعلومات المتعلقة بعمليات الشراء في نظمهم الداخلية لأخذ الطلبات والأعمال التجارية.

٤٨- ومع ظهور شبكة ويب العالمية للمعلومات أنشأت آلاف الوكالات الحكومية مواقع على الشبكة لتيسير الاتصالات مع مورديها. ومن الأمثلة على الحكومات التي تستخدم حالياً شبكة إنترنت في أنشطتها الشرائية:

• استراليا: Transigo (www.transigo.net.au/wci/home)

• كندا: MERX (www.merx.cebra.com/)

- الاتحاد الأوروبي: النشرة الإلكترونية اليومية للمناقصات Tenders Electronic Daily
(www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted)
- هونغ كونغ، الصين: إدارة الإمدادات الحكومية (www.info.gov.hk/gsd/tender.htm)
- بولندا: مكتب المشتريات العامة (www.uzp.gov.pl/a_index.html)
- الولايات المتحدة: إدارة الخدمات العامة (www.fss.gsa.gov/index.html)

٤٩- ونتيجة لاتفاق منظمة التجارة العالمية على زيادة المنافسة عبر الحدود فيما يخص المشتريات الحكومية الرئيسية بدأت وكالات حكومية كثيرة تستخدم شبكة إنترنت للإعلان عن عمليات الشراء الكبيرة في جميع أنحاء العالم. وبالإضافة إلى ذلك، تستخدم وكالات إنمائية متعددة الأطراف كثيراً حالياً شبكة إنترنت بصورة متزايدة في أنشطتها الشرائية. وعلى سبيل المثال ستفتح الأمم المتحدة عما قريب موقعاً مباشراً للأعمال التجارية الإنمائية يعرض فرص الشراء من أهم المصارف الإنمائية المتعددة الأطراف وغيرها من وكالات التنمية الدولية.

٥٠- ويمكن أن تعود مشاركة الوكالات الحكومية في الشراء عن طريق القنوات الإلكترونية بفائدة حفازة على بيئة التجارة الإلكترونية المحلية في بلد بعينه. وتمثل الحكومات عادة، حتى في الاقتصادات السوقية جداً، واحداً من أكبر مشتري السلع والخدمات من القطاع الخاص. ومن ثم فإن مشاركة الحكومات كمشتري بواسطة الشبكة من شأنها أن تساعد على جلب مورديها إلى التجارة الإلكترونية. ويصدق ذلك بوجه خاص على صغار البائعين الذين قد يجدوا من الصعب، في غياب هذه المشاركة، تبرير الاستثمار التكنولوجي اللازم بدون وجود قاعدة أوسع من الزبائن الذين يريدون الشراء عن طريق القنوات الإلكترونية.

٥١- ويستلزم بناء الكتلة الحرجة من المشتريين بواسطة الشبكة لدعم نمو مجتمع تجاري إلكتروني سليم المشاركة النشطة للحكومة ليس فقط كمنظم وإنما أيضاً كمشارك تجاري، علماً بأن الأمثل هو أن تشارك كمصدر لموارد التدريب والمساعدة التقنية لشركات التجارة الإلكترونية الناشئة. وحدث ذلك في الولايات المتحدة حيث كانت آلاف الشركات تستخدم تكنولوجيات نقل البيانات هاتفياً وعبر الشبكات لتبيع للحكومة وذلك قبل وقت طويل من ظهور شبكة إنترنت بوصفها القناة المفضلة للتجارة الإلكترونية، وهذا ما حدث أيضاً في عدد من البلدان الأخرى.

الاستنتاجات

٥٢- تشير إمكانية المشاركة في التجارة الإلكترونية، من وجهة نظر البلدان النامية، عدة أنواع من قضايا السياسة العامة^(١) منها ما يلي:

(أ) توفير الإطار التنظيمي والضريبي والاقتصادي المناسب لتعديل الهيكل الحالي لتكاليف استخدام شبكة إنترنت: أن يعتبر إذكاء الوعي بين المستخدمين المحتملين (ولا سيما المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم) وتعزيز المنافسة بين مزودي خدمات إنترنت واجتذاب الكفاءات من أكثر الأطراف

الفاعلة خبرة، والتشجيع على بناء قدرات الأطراف الفاعلة المحلية (بما في ذلك تدريب)، ينبغي اعتبارها أهدافاً مناسبة للسياسة العامة في هذا السياق؛

(ب) منح الأولوية لتوفير المنتجات والخدمات الإلكترونية التي يرجح أن تعزز كفاءة التجارة المحلية (مثلاً في مجال الشراء أو العمليات الجمركية أو المدفوعات) أو القدرة التنافسية (مثلاً عن طريق تعيين الأسواق المتخصصة أو نشر الكتالوجات الإلكترونية أو فرص التجارة الإلكترونية على نطاق العالم)؛ وسيمكن ذلك الاقتصادات الوطنية أيضاً من ربط المشاركة في التجارة الإلكترونية على نحو أفضل بأهداف السياسة التجارية الوطنية.

الحواشي

(١) يجري نشر هذه الوثيقة في نفس الوقت على موقع الأونكتاد على شبكة "إنترنت" (<http://www.unctad.org>). والكثير من الإشارات إلى المؤسسات والمشاريع والوثائق وغيرها مُحددة بوصفها "وصلات مترابطة" في النص الإلكتروني للوثيقة بحيث يمكن للمستعمل أن ينقر على النص البارز للوصول مباشرة إلى الموقع ذي الصلة على الشبكة.

(٢) انظر المرفق الأول.

(٣) انظر المرفق الثاني.

(٤) Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce, OECD Briefing Paper (1997).

(٥) انظر المرفق الرابع، أدرجت مصر في هذه الأرقام وكذلك في التقديرات المنفصلة المتعلقة بأفريقيا والمقدمة في المرفق الثاني.

(٦) بدأ عدد من مقدمي المعلومات والشركات التجارية في بعض البلدان، مثل مصر، يعرض بالفعل خدمات عن طريق إنترنت. والواقع أن سوقاً تجارية كبيرة في القاهرة أنشأت موقعا على شبكة ويب العالمية يمكن للمستهلكين المشغولين أن يطلبوا منه مباشرة ما يحتاجون إليه من مواد البقالة لتسلم في البيت.

(٧) انظر المرفق الخامس.

(٨) Charles Davis, Electronic Commerce In Spanish-Speaking Latin America: Actors, Issues and Challenges; Charles Davis; University of New Brunswick, Canada, 1998.

(٩) انظر المرفق السادس.

الحواشي (تابع)

(١٠) سيشارك في برنامج نشر نظام بولبرو ثلاثة عشر بلداً هي اسبانيا والمانيا وايطاليا والبرازيل وبلجيكا وتايوان (المقاطعة الصينية) وسنغافورة وفرنسا والمملكة المتحدة والنرويج وهونغ كونغ (الصين) والولايات المتحدة واليابان. وستشمل قطاعات الأنواع المعنية معظم السلع الأساسية الزراعية والمواد الكيميائية والمنتجات الذاتية الحركة والملابس ولعب الأطفال والأجهزة المنزلية والنفط الخام ومنتجات الهوايب والمواد الغذائية المجهزة.

(١١) سيتعين النظر إلى الاتجاهات المبينة أعلاه في السياق الأوسع للمناقشات الدولية الجارية بشأن التجارة الإلكترونية، وخاصة في إطار منظمة التجارة العالمية؛ وينبغي أيضاً النظر إلى الاقتراحات الأخيرة بشأن وضع "إطار عالمي للتجارة الإلكترونية" من زاوية آثارها الممكنة على التجارة والتنمية. وهذا هو الغرض من الوثيقة TD/B/COM.3/17.

المرفق الأول
استخدام شبكة إنترنت في بلدان أوروبية مختارة

البلد	تاريخ التقدير	عدد مستعملي إنترنت	النسبة المئوية من مجموع السكان	المصدر	عدد مضيبي إنترنت*
النمسا	٩٨/٨	٤٤٢ ٠٠٠	٪٥,٥	IDC Research	١٣٢ ٢٠٢
بلجيكا	٩٨/٨	٥٥٨ ٠٠٠	٪٥,٥	IDC Research	١٥٣ ٧٦٠
الجمهورية التشيكية	٩٧/٩	٢٠٠ ٠٠٠	٪١,٩	Virtual Info Park	٦٥ ٦٧٢
الدانمرك	٩٨/٥	٨٠٠ ٠٠٠	٪١٦,٠	Politiken	١٩٠ ٢٩٣
استونيا	٩٧/٧	٨ ٣٠٠	٪١,٨	Baltic Media Facts	١٨ ٩٤٨
فنلندا	٩٨/٥	١ ٧٩٠ ٠٠٠	٪٣٥,٠	Gallup Media	٥١٣ ٥٢٧
فرنسا	٩٧/١٢	٣ ٨٠٠ ٠٠٠	٪٦,٥	NOP Research	٤٣١ ٠٤٥
ألمانيا	٩٨/٣	٦ ١٠٠ ٠٠٠	٪٧,٣	NOP Research	١ ١٥٤ ٣٤٠
اليونان	٩٨/١	١١١ ٠٠٠	٪١,٠	IDC Research	٤٠ ٠٦١
هنغاريا	٩٨/٥	٢٠٠ ٠٠٠	٪٢,٠	ISYS Hungary Kft (Est.)	٧٣ ٩٨٧
آيسلندا	٩٨/٢	١٢١ ٦٠٠	٪٤٥,٠	Gallup	٢٠ ٦٧٨
آيرلندا	٩٨/١	١٤٥ ٠٠٠	٪٤,٢	IDC Research	٤٤ ٨٤٠
إيطاليا	٩٨/١	١ ٣٨٠ ٠٠٠	٪٢,٢	IDC Research	٣٢٠ ٧٢٥
هولندا	٩٨/٤	١ ٣٩٠ ٠٠٠	٪٨,٣	Nipo	٥١٤ ٦٦٠
النرويج	٩٧/١١	١ ٤٠٠ ٠٠٠	٪٣٢,٥	MMI Internet Barometer 97	٣١٢ ٤٤١
بولندا	٩٧/١١	٧٠٠ ٠٠٠	٪١,٨	Nua Estimates	٩٨ ٧٩٨
البرتغال	٩٨/١	١٨٨ ٠٠٠	٪١,٩	IDC Research	٤٥ ١١٣
الاتحاد الروسي	٩٨/٧	١ ٠٠٠ ٠٠٠	٪٠,٧	Russian N.P. Center for Internet Tech.	١٣٠ ٤٢٢
سلوفاكيا	٩٧/١١	١٩٠ ٠٠٠	٪٥,٠	Net Projekt	١٤ ١٥٤
اسبانيا	٩٨/٦	١ ٨٥٠ ٠٠٠	٪٤,٧	AIMC	٢٤٣ ٤٣٦
السويد	٩٨/٥	٢ ٤٠٠ ٠٠٠	٪٢٧,٠	Relevant Knowledge	٣٨٠ ٦٣٤
سويسرا	٩٨/٦	٨٧٠ ٠٠٠	٪٩,٤	Swisscom	٢٠٥ ٥٩٣
المملكة المتحدة	٩٧/١٢	٧ ٢٠٠ ٠٠٠	٪١٢,٨	NOP Research	١ ١٩٠ ٦٦٣

جمعتها مؤسسة Nua - Network Wizards?; How Many Online?.

* تشمل فقط الحواسيب المضيبة التي تستخدم أسماء المستوى الرئيسي الأعلى للبلدان (TLD): ولا تشمل الحواسيب المضيبة التي تستخدم ".com"، ".net"، وغير ذلك. وتنطبق الملاحظة ذاتها على المرفقات الثاني والرابع والخامس والسادس.

المرفق الثاني
تحليل نسبة الربط بشبكة إنترنت في أفريقيا

معدل مستعملي إنترنت بين السكان	عدد السكان (بالملايين)	عدد مستعملي إنترنت	عدد مضيقي إنترنت*	عدد مزودي خدمات إنترنت	البلد
٥٧ ٠٠٠	٢٨,٥٠	٥٠٠	١٩	٣	الجزائر
٧ ٤٦٧	١١,٢٠	١ ٥٠٠	٢	٥	أنغولا
٢ ٧٥٠	٥,٥٠	٢ ٠٠٠	١٣	٧	بنن
٢ ٨٠٠	١,٤٠	٥٠٠	٥٧٨	٦	بوتسوانا
١٤ ٨٥٧	١٠,٤٠	٧٠٠	٩٣	٣	بوركينافاسو
٨٤ ٠٠٠	٦,٣٠	٧٥	صفر	١	بوروندي
٦ ٧٥٠	١٣,٥٠	٢ ٠٠٠	٥	٤	الكاميرون
١٦ ٠٠٠	٣,٢٠	٢٠٠	صفر	١	جمهورية أفريقيا الوسطى
١١٢ ٠٠٠	٥,٦٠	٥٠	صفر	٣	تشاد
٤٤٠ ٠٠٠	٤٤,٠٠	١٠٠	٨	١	جمهورية الكونغو الديمقراطية
١٤ ٨٠٠	١٤,٨٠	١ ٠٠٠	٢٦٥	٣	كوت ديفوار
١ ٠٧٥	٠,٤٣	٤٠٠	صفر	١	جيبوتي
٣ ٠٣٥	٦٠,٧٠	٢٠ ٠٠٠	٢ ٠٤٣	٢٨	مصر
٢ ١٠٠	٠,٤٢	٢٠٠	صفر	١	غينيا الاستوائية
١٢ ٣٣٣	٣,٧٠	٣٠٠	صفر	٤	إريتريا
٢٠ ٢٦٧	٦٠,٨٠	٣ ٠٠٠	٧٦	٤	إثيوبيا
١ ٢٠٠	١,٢٠	١ ٠٠٠	١	٢	غابون
٦ ٦٠٠	٠,٩٩	١٥٠	صفر	٤	غامبيا
٣ ٩٥٦	١٧,٨٠	٤ ٥٠٠	٢٤١	٩	غانا
٢٢ ٠٠٠	٦,٦٠	٣٠٠	صفر	٥	غينيا
٥ ٥٠٠	١,١٠	٢٠٠	١٣	١	غينيا بيساو
١٤ ٨٠٠	١٤,٨٠	١ ٠٠٠	٢٦٥	٣	ساحل العاج
٥ ٨٢٠	٢٩,١٠	٥ ٠٠٠	٦٩٢	١٦	كينيا
٢٠ ٠٠٠	٢,٠٠	١٠٠	١٧	١	ليسوتو
١٩ ٨٥٧	١٣,٩٠	٧٠٠	١٨	٥	مدغشقر
٢٤ ٢٥٠	٩,٧٠	٤٠٠	صفر	٣	ملاوي
٢٣ ٥٠٠	٩,٤٠	٤٠٠	١	٥	مالي
٢٣ ٠٠٠	٢,٣٠	١٠٠	٢٢	٢	موريتانيا
١ ١٤٦	١,١٠	٩٦٠	٣٧٠	٦	موريشيوس
٤ ٨٦٧	٢٩,٢٠	٦ ٠٠٠	٤٧٨	١٧	المغرب

معدل مستعملي إنترنت بين السكان	عدد السكان (بالملايين)	عدد مستعملي إنترنت	عدد مضيقي إنترنت*	عدد مزودي خدمات إنترنت	البلد
٥ ٢٥٧	١٨,٤٠	٣ ٥٠٠	٨٣	٦	موزامبيق
٨٥٠	١,٧٠	٢ ٠٠٠	٦٦٥	٦	ناميبيا
٤٤ ٥٠٠	٨,٩٠	٢٠٠	٥	٢	النيجر
١٠١ ٢٠٠	١٠١,٢٠	١ ٠٠٠	٩١	٦	نيجيريا
٨٦ ٠٠٠	٨,٦٠	١٠٠	صفر	١	رواندا
٣ ٦٠٠	٩,٠٠	٢ ٥٠٠	١٨٩	٩	السنغال
٨٠	٠,٠٨	١ ٠٠٠	٧	١	سيشيل
٩٦ ٠٠٠	٤,٨٠	٥٠	صفر	١	سيراليون
٦٥	٣٩,٠٠	٦٠٠ ٠٠٠	١٤٠ ٥٧٧	٧٥	جنوب أفريقيا
١٠٠ ٠٠٠	٣٠,٠٠	٣٠٠	صفر	١	السودان
١ ٠٧٨	٠,٩٧	٩٠٠	٣٩٧	٣	سوازيلند
١١ ٤٨٠	٢٨,٧٠	٢ ٥٠٠	١٣٧	١٤	تنزانيا
١٤ ٦٦٧	٤,٤٠	٣٠٠	٨٣	٢	توغو
٢ ٥٤٣	٨,٩٠	٣ ٥٠٠	٥٧	٤	تونس
١٠ ٢٠٠	٢٠,٤٠	٢ ٠٠٠	٤١	٤	أوغندا
٤ ٧٥٠	٩,٥٠	٢ ٠٠٠	٢٣٦	٣	زامبيا
١ ١١٠	١١,١٠	١٠ ٠٠٠	٨٣٦	١٧	زمبابوي
١ ٠٥٠	٧١٨,٤٩	٦٨٤ ١٨٥	١٤٨ ٣٧٢	٢٥٦	المجموع أو المتوسط

المصدر: Mike Jensen, Network Wizards.

المرفق الثالث
التكلفة السنوية للوصول إلى إنترنت في بلدان أفريقية مختارة

التكلفة/في السنة بالدولار	البلد	التكلفة/في السنة بالدولار	البلد
٦٤٠	جيبوتي	١٣٦	بوتسوانا
٦٤٥	بوروندي	٢٢٦	جنوب أفريقيا
٦٦٠	المغرب	٢٨٨	بوركينافاسو
٧٨٠	غينيا	٢٩٠	السنغال
٨٨٠	الجزائر	٣٠٠	موريشيوس
٩٦٥	الكاميرون	٣٤٨	موزامبيق
١ ٢٤٧	بنن	٣٨٤	إثيوبيا
١ ٣٤١	مدغشقر	٤٤٠	غابون
١ ٦٨١	كينيا	٥٨٢	موريتانيا
١ ٧٤٠	أنغولا	٦٠٠	سيراليون
٧٠٤	المتوسط	٦١٦	جمهورية أفريقيا الوسطى

المصدر: Mike Jensen.

ملاحظة: التكاليف محسوبة على أساس الاتصال هاتفياً لمدة خمس ساعات في الشهر بما في ذلك تكلفة المكالمات المحلية مع مزود خدمات إنترنت.

المرفق الرابع
استخدام إنترنت في بلدان مختارة من الشرق الأوسط

الحواشيب المضيئة*	المصدر	النسبة المئوية من السكان	مستعملي إنترنت	تاريخ التقدير	البلد
٣٧٩	DIT Group	٪١,٥	٤٠ ٢٠٠	٩٨/١	البحرين + العربية السعودية
٢ ٠٤٣	DIT Group	٪٠,١	٦١ ٠٠٠	٩٨/١	مصر
٨٧ ٦٤٢	Internet Israel	٪٥,٥	٣٠٠ ٠٠٠	٩٨/٥	إسرائيل
٣٦٠	DIT Group	٪٠,٥	٢١ ٢٠٠	٩٨/١	الأردن
٥ ٥٩٧	DIT Group	٪٢,٢	٤٢ ٤٠٠	٩٨/١	الكويت
١ ٤٠٠	DIT Group	٪١,١	٤٣ ٨٠٠	٩٨/١	لبنان
٦٦٦	DIT Group	٪١,٠	٢٠ ٩٠٠	٩٨/١	عمان
٢٣	DIT Group	٪٣,١	١٧ ٣٠٠	٩٨/١	قطر
١٣ ٥١٩	DIT Group	٪٣,٠	٨٨ ٦٠٠	٩٨/١	الإمارات العربية المتحدة

How Many Online?; Network Wizards - Nua جمعتهما مؤسسة

المرفق الخامس
استخدام إنترنت في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي

عدد الحواسيب المضيئة*	المصدر	النسبة المئوية من السكان	مستعملو إنترنت	تاريخ التقدير	البلد
٥٧ ٥٣٢	CommerceNet	٪٠,٥	١٧٠ ٠٠٠	٩٧/٦	الأرجنتين
٥٠٦	ITU/Siemens	٪٠,١	٨ ٠٠٠	٩٧/١٠	بوليفيا
١٦٣ ٨٩٠	ITC Brazil	٪٠,٨	١ ٣٠٠ ٠٠٠	٩٨/٥	البرازيل
٢٢ ٨٨٩	CommerceNet	٪١,٣	٢٠٠ ٠٠٠	٩٧/٦	شيلي
١١ ٨٦٤	CommerceNet	٪٠,٣	١٢٠ ٠٠٠	٩٧/٦	كولومبيا
٢ ٨٤٤	CommerceNet	٪٥,٨	٥٠ ٠٠٠	٩٧/٦	كوستاريكا
١ ٢٢٧	ITU/Siemens	٪٠,٠٤	٥ ٠٠٠	٩٧/١٠	إكوادور
٨٣ ٩٤٩	CommerceNet	٪٠,٤	٣٧٠ ٠٠٠	٩٧/١٠	المكسيك
٨٥٥	ITU/Siemens	٪٠,٠١	١ ٠٠٠	٩٧/١٠	باراغواي
٢ ٧٦٣	CommerceNet	٪٠,١	٣١ ٠٠٠	٩٧/١٠	بيرو
١٦ ٣٤٥	ITU/Siemens	٪٠,٣	٩ ٠٠٠	٩٧/١٠	أوروغواي
٦ ٨٢٥	CommerceNet	٪١,٢	٣٥ ٠٠٠	٩٧/٦	فنزويلا

.How Many Online?; Network Wizards - Nua جمعتها مؤسسة

المرفق السادس
استخدام الإنترنت في آسيا/منطقة المحيط الهادي

الحواسيب المضيئة* لإنترنت	المصدر	النسبة المئوية من السكان	مستعملو إنترنت	التاريخ	البلد أو الإقليم
٧٥٠ ٣٢٧	Morgan Research	٪١٨,٠	٣ ٢٨٠ ٠٠٠	٩٨/٦	استراليا
N/A	Nando Techserver	٪٠,٠٥	٧ ٠٠٠	٩٧/٩	بنغلاديش
٢٠٥ ٥٩٣	Nando Times	٪٠,٠٨	١ ١٧٥ ٠٠٠	٩٨/٦	الصين
٧٢ ٢٣٢	A.C. Nielsen	٪١٣,٤	٨٥٠ ٠٠٠	٩٨/٦	هونغ كونغ، الصين
١٠ ٤٣٦	Reuters	٪٠,٠١	٨٠ ٠٠٠	٩٧/٧	الهند
١٠ ٦٩١	Indonesian IT	٪٠,٣	٨٠ ٠٠٠	٩٨/٥	اندونيسيا
١ ٣٥٢ ٢٠٠	Nikkei BP	٪٩,٦	١٢ ١٠٠ ٠٠٠	٩٨/١	اليابان
١٧٤ ٨٠٠	AsiaBiz Tech	٪٢,٥	١ ٥٠٠ ٠٠٠	٩٨/٣	جمهورية كوريا
٤٠ ٧٥٨	Jaring Network	٪٣,٠	٦٠٠ ٠٠٠	٩٨/١	ماليزيا
١٧٧ ٧٥٣	A.C. Nielsen McNair	٪١٥,٨	٥٦٠ ٠٠٠	٩٨/١	نيوزيلندا
٧ ٦٠٢	Paul Budde Com.	٪٠,٠١	١٠٠ ٠٠٠	٩٧/٨	الفلبين
٥٩ ٤٦٩	A.C. Nielsen	٪١٤,٧	٥٠٠ ٠٠٠	٩٧/٩	سنغافورة
١٠٣ ٦٦١	IDC Research	٪٢,٠	٤٨٠ ٠٠٠	٩٨/١	مقاطعة تايوان الصينية
٢٥ ٤٥٩	IDC Research	٪٠,٢٢	١٣١ ٠٠٠	٩٨/١	تايلند
٢٥	Nikkei BP/AsiaBiz	٪٠,٠٠٨	٦ ٠٠٠	٩٨/٦	فييت نام

.How Many Online?; Network Wizards - Nua جمعتها مؤسسة
