



Distr.  
LIMITED

E/ESCWA/TRANS/1999/WG.2/8  
11 November 1999  
ORIGINAL: ARABIC

المجلس



الاقتصادي والاجتماعي

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

اجتماع فريق خبراء حول مواجهة معايير وقوانين النقل  
لتنمية التعاون الإقليمي بما في ذلك تطبيق معايير الأمم المتحدة  
لتبادل بيانات لتسهيل الإدارة والتجارة والنقل  
بيروت، ١٨-٢٦ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٩

20.39.823  
LIBRARY DOCUMENT SECTION

التجارة الكترونياً  
ودور الغرف العربية في استخدامها

تقديم  
د. الياس غنطوس

ملاحظة: طبعت هذه الوثيقة بالشكل الذي قدمت به ودون تحرير رسمي. والآراء الواردة فيها هي آراء المؤلف وليس، بالضرورة، آراء الإسكوا.

# **التجارة الكترونياً**

## **ودور الغرف العربية في استخداماتها**

### **مقدمة**

في خضم ثورة المعلومات التي نشهدها اليوم، تبرز التجارة الكترونياً كوسيلة فعالة في تطوير وتنمية التبادل التجاري بالسلع والخدمات بين مختلف دول العالم. ولقد أصبح موضوع هذه التجارة يحتل مرتبة هامة بين اهتمامات المؤسسات والمنظمات الدولية، باعتبار أن ذلك يساهم في إبراز المنافع الناجمة عن التجارة الكترونياً ودورها في خفض أكلاف المبادرات التجارية، وذلك بما فيه مصلحة المستهلك وبالتالي زيادة المنافع الناجمة عن التبادل التجاري عموماً.

و سنحاول من خلال ورقة العمل هذه التعريف، ولو بصورة موجزة، على مفهوم التجارة الكترونياً والمنافع الناجمة عنها واستخداماتها، ومن ثم دور الغرف العربية في الترويج لها، لما فيه مصلحة المنتسبين للغرف والمؤسسات التجارية عامة، مع إبداء بعض التوصيات بشأن هذا الدور.

### **أولاً - مفهوم التجارة الكترونياً**

يمكن تعريف التجارة الكترونياً بأنها عملية متعددة الجوانب، تتراوح إنتاج السلع والدعاية لها وتوزيعها من خلال شبكات الاتصال المترابطة، أو الانترنت. وجدير بالذكر أن هذا النوع من التجارة ليس جديداً كممارسة ، بمعنى أن هناك عدة وسائل إلكترونية سبق أن استخدمت من أجل التبادل، مثل الهاتف والفاكس وغيرها من الوسائل الالكترونية التي من شأنها أن تقيم اتصالاً بين المصدر والمستورد، ويتم عبرها التفاوض وتحديد شروط العقد وتفاصيله. ولكن التجارة الكترونياً بمفهومها الحالي هي تلك التي تتم عبر الانترنت وتلتخص بها. فمن خلال الانترنت يمكن أن يتم، ومن جانب واحد، الإعلان عن بضاعة ما أو خدمة ما والترويج لها وعرض أسعارها، وإتاحة المجال لأي طرف آخر أن يقبل عرضاً للبيع

والتفاوض بشأنه وتحديد السعر النهائي، كما بالإمكان بواسطة الإنترن트 تسديد السعر الإلكتروني.

ومن أجل إعطاء فكرة عن تطور استخدام الإنترن트 في مجال التجارة، من المفيد الإشارة بأن عدد مستخدمي الإنترن트 يتزايد بشكل مضطرب، ومن المقدر أن يبلغ أضعافاً مضاعفة عما هو عليه الآن خلال سنوات قليلة. وعلى سبيل التوضيح، تشير الإحصاءات الصادرة عن الاتحاد الدولي للاتصالات أن عدد مستخدمي الهاتف استغرق ٧٥ سنة ليصل إلى ٥٠ مليون، بينما استغرق الوصول إلى هذا العدد بالنسبة لمستخدمي راديو الإذاعة ٣٨ سنة، والكمبيوتر ١٦ سنة، والتلفزيون ١٣ سنة. هذا في حين أن عدد مستخدمي الإنترن트 بلغ ٥٠ مليون خلال أربع سنوات فقط، ومن المنتظر أن يبلغ أكثر من ٣٠٠ مليون في عام ٢٠٠٣.

وهكذا يمكن القول بأن الإنترن트 تشكل في الواقع استكمالاً للتطور المتسلسل في نشر المعلومات وتعديها والذي بدأ مع اختراع المطبعة، ثم الهاتف ومن بعده الكمبيوتر الشخصي. وسيكون للإنترن特 آثار كبيرة وواسعة المدى في العالم وفي مختلف المجالات وخصوصاً التعليم والصحة والتجارة والأعمال.

والجدير بالذكر أن الاتصال بواسطة الإنترن트 يتتوفر بأسعار معقولة في غالبية الدول، مما ينعكس إيجاباً على التعامل التجاري. ومن الملاحظ بأن هذه الأسعار في انخفاض مستمر، كما أن كلفة الكمبيوتر الشخصي في انخفاض كذلك. ومن الملاحظ أيضاً أن أرقام التجارة الكترونياً في ازدياد مستمر إذ بلغ مجموعها ٧٣ مليار دولار عام ١٩٩٨، ومن المقدر لها أن تبلغ ما مجموعه ١٢٣٤ مليار دولار عام ٢٠٠٢. وهذا يعني بالضرورة أن التجارة الكترونياً ستصبح، إن لم تكن أصبحت الآن، عنصراً حاسماً في تطوير التبادل التجاري الدولي وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي.

### ثانياً - استخدامات التجارة الكترونياً

يمكن اعتبار التجارة الكترونياً أداة للتسويق وإجراء البحوث الخاصة بالأسواق، فضلاً عن توفير المعلومات والفرص التجارية. ويمكن في إطار ذلك استخدام البريد الإلكتروني بعد الاطلاع على ما هو معرض من بضائع وخدمات، فيتم عبره التفاوض وعقد الصفقات. كما يمكن من خلال الإنترن特 عقد الاجتماعات والتحاطب الفوري بالصوت والصورة ، فضلاً عن

استخدام الفيديو في ذلك. ومن هنا فإن التجارة الكترونياً تأتي تطبيقاً للعلوم من حيث أنها لا تفرض قيوداً بالنسبة للمكان والزمان والمسافة. وبعبارة أخرى، فإن هذه التجارة هي وسيلة اتصال كما أنها وسيلة للبيع المباشر.

في ضوء ذلك، يمكن القول بأن الإنترنت والتجارة الكترونياً من شأنهما إعادة تنظيم التجارة والأعمال، خصوصاً وأن عدد مستخدمي الإنترنت من المقرر له أن يبلغ ٥٠٠ مليون شخص في عام ٢٠٠٣، مقابل ٤,٥ مليون شخص عام ١٩٩١. كما أن استخدام الكمبيوتر كان قبل سنوات قليلة مقتصر على العلماء والتقنيين، وأصبح الآن قوة فاعلة في إعادة تنظيم الحياة والطريقة التي يعيش الناس ويعملون فيها. ولعل من المفيد الإشارة في هذا المجال أن الولايات المتحدة هي من أكثر الدول تطوراً في مجال التجارة الكترونياً، ويبلغ نصيبها من هذه التجارة حالياً ٨٠٪ من مجموعها العالمي، بينما يبلغ نصيب أوروبا ١٠٪، وآسيا ٥٪. ومن المنتظر في عام ٢٠٠٣ أن يكون نصيب الولايات المتحدة من التجارة إلكترونياً ٥٠٪، مقابل ٥٠٪ لبقية دول العالم.

أما بالنسبة للبلاد العربية فيلاحظ بأنه لا تزال هناك حاجة كبيرة لتحسين البنية التحتية الخاصة بـالإنترنت، ولو أن الاتصالات الهاتفية فيها قد خبرت تقدماً كبيراً خلال العقد الأخير. إنما هناك العديد من البلاد العربية ليست موصولة بـالإنترنت أو أن الاتصال بـالإنترنت لديها محدود جداً. ومن المقرر بأن يكون عدد الذين لهم اتصال مع الإنترنت في البلاد العربية في حدود ٦١٪، علماً بأن هناك تفاوتاً بين بلد وآخر، ويعتبر لبنان ودبي متقدمان على بقية البلاد العربية في هذا المجال.

ومن البديهي أنه لا يزال هناك حاجة كبيرة لتحسين البنية التحتية الخاصة بـالإنترنت، وهذا أمر ميسور إذا توفرت الاستثمارات اللازمة وهي ليست كبيرة، باعتبار أن شبكة الاتصالات الهاتفية قد تقدمت تقدماً كبيراً خلال العقد الأخير. ويمكن القول بأن التجارة الكترونياً والقيام بالأعمال من خلال الإنترنت أصبحا من الأمور الضرورية في البلاد العربية، ومن المؤكد أن التعامل بواسطه الشبكة سيسيطر على مختلف القطاعات الإنتاجية والتجارية في وقت قريب.

ولا شك في أن التجارة الكترونياً هي أداة من شأنها زيادة ترابط الكتل الصناعية وحجم المبادلات التجارية فيما بينها، ولكنها تخلق في الوقت نفسه مشاكل تحتاج إلى معالجة. من ناحية، فإن هذه التجارة تمكن من النهرب من بعض الضرائب خصوصاً وأن الطبيعة

اللامركزية التي تحكم العلاقات بين المتعاملين بالإنترنت، تجعل من قوانين الدول الموصولة بالإنترنت صالحة نظرياً لكن دون التمكن من تطبيق هذه القوانين على المتعاملين بالإنترنت. كذلك فإن التعامل من خلال الإنترت في تسهيل المدفوعات سيقلل من التعامل مع المصارف، خصوصاً وأن العملاء يتوجهون أكثر نحو الخدمات المصرفية الكترونياً والصرف الآلي.

### ثالثاً - دور الغرف العربية

لكي نتلمس دور الغرف العربية في مجال التجارة الكترونياً والإنترنت، لا بد من الإشارة إلى أن أهم المبادئ التي يجب إدراكتها بالنسبة للتجارة الكترونياً أن القطاع الخاص هو العنصر الحاسم في تطويرها، وبالتالي على الحكومات أن تقلل ما أمكن من القيود على هذه التجارة، لا بل يجب عليها أن لا تفرض أنظمة جديدة وغير ضرورية وضرائب على التبادل التجاري عبر الإنترت.

على أية حال، يتوجب على الحكومات أن تسعى إلى تأمين مناخ من حرية المنافسة، وحماية الملكية الفكرية، وكذلك تأمين الحماية للخصوصية في المراسلات، ومنع التزوير وتتأمين الشفافية وفض المنازعات في حال حصولها. وبعبارة أخرى، فإن الإنترت يجب أن تؤمن مناخاً من الحرية وبدون قيود لتأمين تبادل السلع والخدمات. فالإنترنت هي واسطة دولية ويجب أن تتاح الفرصة لجميع الدول للاستفادة من مثل هذا المناخ الحر.

ويستطيع أصحاب الأعمال من خلال الإنترت، تأسيس أعمال جديدة لهم بسهولة أكبر وبكلفة استثمارية أقل. ومن شأن الإنترت أن تؤدي إلى حصول تبدل كبير في تجارة المفروق والتسييق المباشر. وهذا بحد ذاته من شأنه أن ينقل قوة التفاوض من المنتج إلى المستهلك الذي يستطيع، من خلال التنقل عبر الإنترت من موقع تجاري إلى آخر ومقارنة الأسعار، تحديد السلعة التي يريد شراءها.

وهكذا فإن التجارة الكترونياً تتميز بكونها تتيح أمام المستهلكين الوصول إلى أسواق العالم وبأقل النفقات. وهي تغني عن المستندات الورقية وما تستلزمها من نفقات وتتوفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال. وقد يكون من آثار هذه التجارة تغيير صورة الشركات وتحولها من شركات ضخمة متربلة تعاني من هيكل تنظيمية قد تكون معقدة ويعمل فيها أعداد كبيرة، إلى شركات صغيرة الحجم يعمل فيها عدد قليل من العاملين.

إن أهم ما يمكن قوله هنا هو إن التجارة الكترونياً تقيم الصلة المباشرة بين المنتجين والمستهلكين، وبالتالي فإن مهمة الوسيط بين الاثنين ستلغى أو تتبدل وبالتالي فإن قطاع التوزيع سيشهد تحولات كبيرة. كما أن هذه التجارة ستؤدي إلى تكامل المؤسسات بحيث تصبح هناك شبكة واسعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بإمكانها التخاطب والتعامل بواسطة الكمبيوتر.

إلى جانب هذا التكامل بين الشركات يمكن أن يكون هناك تكامل أهم، وهو تكامل داخلي في الشركات نفسها. فعندما يأتي طلب ما إلى شركة لا يذهب هذا الطلب فقط إلى دائرة الإنتاج وإنما أيضاً إلى دائرة الفواتير والمخازن بحيث تصبح المعلومات موجودة في الكمبيوتر ويمكن استعادتها في أي وقت.

إن الاستفادة من التجارة الكترونياً لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال وجود الأدوات اللازمة لها وهي أساساً القدرة على الاتصال بالإنترنت. ومن هنا فإن ذلك يستوجب وجود شبكة متطرورة للهاتف، وإلى جانبها مؤسسات لتزويد الاتصال بالشبكة الدولية. ولاشك في أن للغرف العربية دور فاعل في تشجيع الاستثمار في الإنترت وتجهيزاتها، وفي خلق الوعي لأهميتها الاقتصادية والانمائية.

وبشكل أكثر تحديداً يمكن تلخيص دور الغرف العربية في مجال التجارة الإلكترونية بالأمور التالية:

• السعي لدى المراجع الرسمية لتطوير شبكة الهاتف، وجعلها أكثر استعداداً لتحمل الاتصال بالإنترنت، وكذلك السعي من أجل إقامة شركات لتوفير الاتصال بالشبكة الدولية.

• توفير مستشارين للمساعدة في رسم استراتيجيات وسياسات التجارة الكترونية للأعضاء المنتسبين للغرف وتقديم المساعدات إليهم. وكذلك تقديم المشورة بالنسبة لإقامة موقع على الإنترت لعرض البضائع ومواصفاتها وأسعارها وغير ذلك.

• توفير خط هاتفي (On Line) يمكن بواسطته الحصول على المعلومات الأساسية بشأن أفضل الوسائل والتطبيقات التي يمكن استخدامها من قبل الشركات في التجارة الكترونياً.

ويمكن من خلال هذا الخط أيضاً توفير مجلة دورية تتضمن آخر التطورات الخاصة في مجال هذه التجارة.

- إقامة برامج وندوات تدريبية خاصة بالتجارة الكترونياً.
- إيجاد مكتبة بشأن المنشورات الخاصة بالتصدير وغير ذلك.
- السعي لدى الدوائر الرسمية المختصة من أجل تسهيل التجارة الكترونياً وحمايتها.
- تقديم خدمات تتعلق بحماية التعامل عبر الإنترن特 وذلك بإصدار شهادات رقمية (Digital Certificate) للمتعاملين بالإنترن特، مما يعرف عن المتعاملين ويؤمن الحماية اللازمة للمراسلات وتأمين سريتها وصدقيتها.

