

E/ESCWA/CAB/2001/16
ORIGINAL: ARABIC

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

أوراق موجزة
الإعداد للمؤتمر الوزاري الرابع لمنظمة التجارة العالمية
الدوحة، ٩-١٣ تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠١

التجارة الإلكترونية

عبدالإله الديوه جي (*)

الأمم المتحدة
نيويورك، ٢٠٠١

ملاحظة: الآراء الواردة في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وليست، بالضرورة، آراء الإسكوا.

(*) مستشار إقليمي في الاتصالات وشبكات الكمبيوتر، الإسكوا.

المحتويات

الصفحة

ج	تصدير
١	مقدمة
٢	أولاً- الاهتمام بالتجارة الإلكترونية
٣	ثانياً- تعريف التجارة الإلكترونية
٤	ثالثاً- التجارة الإلكترونية ومنظمة التجارة العالمية
٨	رابعاً- الدول العربية والتجارة الإلكترونية
٩	الملحق أ- إعلان جنيف الوزاري بشأن التجارة الإلكترونية العالمية
١٠	الملحق ب- التجارة الإلكترونية: برنامج العمل

تصدير

يُعدّ المؤتمر الوزاري الرابع لمنظمة التجارة العالمية في الدوحة، خلال الفترة ٩-١٣ تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠١، وهي أول مرة يُعقد فيها مثل هذا الحدث الهام في منطقة اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا).

ومن المفارقات أن الإعلان عن قيام منظمة التجارة العالمية قد جاء من المغرب العربي حيث عقدت اجتماعات مراكش (١٩٩٤)، التي تعتبر نقطة بداية لمرحلة تاريخية من اتفاقات التجارة العالمية المتعددة الأطراف. والآن تأتي من المشرق العربي المرحلة التالية، سواء تم الاتفاق أو لم يتم حول بدء جولة جديدة من المفاوضات التجارية العالمية المتعددة الأطراف، وتطالب كثير من الدول النامية أن تكون تلك الجولة الجديدة هي "جولة التنمية"، بما يؤكد أن أي مفاوضات جديدة لا بد من أن تأخذ في الاعتبار التوازن بين مصالح الدول المتقدمة ومصالح الدول النامية في إطار قواعد للنظام التجاري الدولي تراعي مصالح كافة الأطراف، وبما يعطي بعداً أكثر عمقاً لمطالب الدول النامية في المرحلة التالية.

ومع تعدد الآراء والاجتهادات حول اتفاقات التجارة العالمية، ونظراً لنقص التفاصيل الفنية حولها باللغة العربية، رأت الإسكوا إصدار عدد من الأوراق الموجزة التي تلقي الضوء على تلك الموضوعات الهامة. وذلك استكمالاً لجهودها السابقة في إطار ما تقدمه للدول الأعضاء من معونة فنية وخدمات استشارية في موضوعات التجارة العالمية، وحتى تتاح الفرصة للمعنيين في الدول العربية لكي يكوّنوا رأياً سديداً حول هذه الموضوعات الحيوية والمتشعبة الأبعاد.

وسيجري إصدار هذه الأوراق تبعاً وقبل انعقاد المؤتمر الوزاري الرابع، وستتناول جوانب مختلفة من اتفاقات منظمة التجارة العالمية، وسيعمل على إعدادها نخبة من المتخصصين في المنطقة العربية في هذا المجال. ويصل عدد الأوراق المزمع إصدارها قرابة عشرين ورقة تتناول موضوعات مختلفة. ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

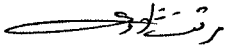
القسم الأول: يتضمن أوراقاً عامة عن منظمة التجارة العالمية، والسياسات التجارية وتشمل: (١) نبذة تاريخية عن النظام التجاري الدولي؛ (٢) قواعد الانضمام والتفاوض في إطار منظمة التجارة العالمية؛ (٣) الموضوعات المطروحة على جدول الأعمال المستقبلي؛ (٤) موقف الدول العربية من عضوية منظمة التجارة العالمية؛ (٥) الأنشطة التي اضطلعت بها الإسكوا لمصلحة الدول الأعضاء في موضوع التجارة العالمية؛ (٦) أثر منظمة التجارة العالمية على الدول العربية؛ (٧) تسوية المنازعات؛ (٨) الحقوق الأساسية للبلدان النامية في ظل منظمة التجارة العالمية.

القسم الثاني: يتناول الاتفاقات التجارية الأساسية في القطاعات المختلفة وتشمل الأوراق ما يلي: (٩) الزراعة؛ (١٠) الخدمات؛ (١١) اتفاقات التكامل الإقليمي؛ (١٢) الملكية الفكرية؛ (١٣) الملابس والمنسوجات؛ (١٤) الحواجز الفنية للتجارة، ومعايير الصحة والصحة النباتية؛ (١٥) الدعم والإغراق؛ (١٦) التقييم الجمركي وقواعد المنشأ.

القسم الثالث: يتناول الموضوعات المستقبلية واهتمام دول المنطقة بها، ويشمل: (١٧) التجارة الإلكترونية؛ (١٨) التجارة والاستثمار؛ (١٩) التجارة والبيئة؛ (٢٠) علاقة النفط ومنتجاته باتفاقات التجارة العالمية.

ونأمل بهذه الإصدارات المتلاحقة أن نفيد القارئ في الوطن العربي والسادة المسؤولين، ومتخذي القرار، ورجال الأعمال، والباحثين، ورجال الصحافة للمساهمة في بلورة الأفكار حول قضايا التجارة العالمية، وأن توضح إيجابياتها وسلبياتها. ونرجو أن يساعد هذا الجهد الذي تقدمه الإسكوا للدول الأعضاء في الاطلاع على الجوانب المختلفة لهذه القضية المتشعبة وذلك بغية خدمة هذه الدول، وإعداد كوادرها للتفاوض في إحدى أهم القضايا التي سيكون لها أثر كبير على مستقبلها التجاري والاقتصادي.

بيروت في ٢٠/٨/٢٠٠١


مرفت تلاوي
الأمين التنفيذي

مقدمة

ما هي تبعات نمو التجارة الإلكترونية؟ وما هي الاعتبارات التي تشغل بال الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية فيما يخص التجارة الإلكترونية؟ تحاول هذه الورقة الموجزة إلقاء الضوء على أسباب الاهتمام بالتجارة الإلكترونية وتعريفها ضمن سياقها الفسي والتشريعي، وتعرض الجهود التي تبذلها الدول الأعضاء ضمن إطار منظمة التجارة العالمية للوصول إلى برنامج عمل يخدم الدول النامية والمتقدمة على حد سواء. وتتركز اهتمامات منظمة التجارة العالمية بالأخص على العوامل التي تؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للدول النامية من خلال استخدامات وسائل التجارة الإلكترونية.

يمكن تحديد اهتمامات الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بالأمر التالي:

- ١- القضايا ذات العلاقة بالبنية التحتية اللازمة للتجارة الإلكترونية.
 - ٢- القضايا ذات العلاقة بالوصول إلى الأسواق إلكترونياً، بالأخص ما يتعلق بالسلع والخدمات التي بالإمكان تزويدها إلكترونياً.
 - ٣- التقدم المحرز باتجاه تحرير التجارة في الخدمات في الأمور ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية.
 - ٤- دور منظمة التجارة العالمية في تسهيل التجارة مع التأكيد على الإنترنت والتبادل الإلكتروني للبيانات من خلال تبسيط الإجراءات والتعاملات الجمركية.
 - ٥- كيفية استفادة الحكومات من وسائل التجارة الإلكترونية في العمليات الشرائية.
 - ٦- حقوق الملكية الفكرية فيما يخص الأمور المتعلقة بالتجارة وأهمية حماية حقوق الاستنساخ والحقوق ذات الصلة والعلامات التجارية وأسماء نطاقات الإنترنت (Domain names) لأغراض تطوير التجارة الإلكترونية.
 - ٧- القضايا ذات العلاقة بالتشريعات من منظور منظمة التجارة العالمية.
- وبالرغم من أن وقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية غير واضح المعالم والتأثيرات لحد الآن، إلا أن هناك بعض المبادرات التي ورد ذكرها ضمن الورقة للاسترشاد بوقوعها ومتابعة تطورها للسنوات القليلة القادمة.

أولاً- الاهتمام بالتجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي إحدى وسائل التجارة، والاهتمام بهذه الوسيلة يعود لما يمكن للتجارة الإلكترونية أن تغير في مستقبل العمل التجاري وليس فيما حققته لحد الآن. ورغم أن المصطلح حديث التداول نسبياً إلا أن استخدام الوسائل الإلكترونية، كالمبيوتر وشبكات الاتصال، وما يطلق عليه التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) كان بدأ بالستينات. ولكنه كان مقتصراً على المؤسسات والشركات والمصارف الضخمة واستخدام الكمبيوترات الكبيرة وشبكات الاتصال الخاصة (Value-Added Networks) باهظة الكلفة. ولم تكن مفاهيم التجارة الإلكترونية مفهومة بالشكل الذي عليه الآن.

ولم توفر الوسائل الإلكترونية هذه بديلاً اقتصادياً قابلاً للانتشار إلا بعد ما حصل من تطورات تكنولوجية واسعة في الإلكترونيات ووسائل الاتصال حين أصبحت في متناول المؤسسات والشركات بمختلف أحجامها، بل والأفراد أيضاً، وذلك لرخص ثمنها وصغر حجمها وسهولة استخدامها. صاحب جميع هذه التطورات التكنولوجية تحولات إدارية وتنظيمية في الاتصالات اتجهت نحو تحرير هذا القطاع الهام من العديد من التشريعات التي كانت تحتكر استخدامه وتوفير الخدمات التقليدية التي تقتصر على استخدام الشبكات للاتصالات الهاتفية ولا تعير اهتماماً كافياً لخدمات ترانس البيانات والخدمات المتطورة الأخرى. وظهرت وسائل تكنولوجية لرفع كفاءة الاتصالات منها الكابلات الضوئية (Fiber Optic Cables) والبدايات الرقمية (Digital Exchanges) والأقمار الاصطناعية (Communication Satellites).

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية بالأساليب الحديثة التي تتميز بها مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية. وستحدث تبعاتها الاجتماعية والاقتصادية تغييرات في العديد من الجوانب، تشمل البيئة وطبيعة الأعمال ودور الحكومات في دعم تسهيلات التجارة والنهوض بكفاءتها.

تتلور من كل ذلك، خمسة مشاهد رئيسية لتوضيح التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للتجارة الإلكترونية:

١- التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت تزيد من الترابط في الاقتصاد. ويشمل الترابط وحدات العمل بأحجامها المختلفة والعائلة والأفراد. ويعود ذلك الى تدني تكاليف حيازة مستلزمات الاتصال بالإنترنت وتوسع الخدمات والأجهزة التي يمكن ربطها على هذه الشبكة.

٢- الانفتاح من أهم العوامل المساعدة على توسع التجارة الإلكترونية. فبفضل قياسية تصميم العديد من الوسائل الإلكترونية والبرمجية انتشرت صناعة ضخمة من نوع جديد، وتشكلت شركات بمختلف الأحجام تعنى بتكنولوجيات المعلومات ذات العلاقة بالإنترنت.

٣- تأثير التجارة الإلكترونية على الأهمية النسبية لعامل الوقت في التجارة. بعد أن كان حجم الإنتاج والمسافة ما بين المنتج والمستهلك والإجراءات المالية والإدارية والجمركية كلها حواجز تؤثر في معظم الحالات سلباً على استكمال الصفقة التجارية في زمن قصير. كل هذه الحواجز بدأت تتقلص أو تختفي من خلال الأسلوب الجديد للتجارة.

٤- تأثير التجارة الإلكترونية على مواقع السوق. فدور الوسيط التجاري والعلاقة ما بين المنتج والمستهلك بدأت تتغير واستحدثت قنوات جديدة، مباشرة في معظم الحالات، تربط ما بين ما هو معروض وما هو مطلوب. كذلك المتطلبات الخاصة بتكثيف السلعة المعروضة للغرض المطلوب. كل ذلك يتم بشكل تحاوري مباشر (Interactive). والأساليب الجديدة تحتاج إلى مهارات وخبرات جديدة تنمو الآن مع انتشار هذه الوسائل الجديدة.

٥- التأثير المضاعف للتجارة الإلكترونية. يمكننا اعتبار التجارة الإلكترونية، ببساطة، أسلوباً مستحدثاً من أساليب التجارة. وتكمن قدرة هذا الأسلوب بالأسلوب المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية (Hardware and Software) التي تجعل تعدد الترابط والتراسل ما بين الأطراف عبر الإنترنت أمراً في غاية السهولة. فتجربة جديدة في موقع ما على الإنترنت سرعان ما تنتشر وتتضاعف فوائدها عبر الشبكة بمساحتها الجغرافية والقطاعية الواسعة. وبات الارتباط ممكناً ما بين شركة وأخرى وما بين الشركات والأفراد أو شركات وإدارة حكومية وبينها وبين الأفراد.

ثانياً - تعريف التجارة الإلكترونية

يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والشركات والأفراد) المعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص والصوت والصورة). يتضمن التعريف تأثيرات التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات، والعمليات التي تحكم الفعاليات التجارية. ويشمل كذلك أموراً أخرى كإدارة المنظمة (Organization) والتفاوض التجاري والعقود والإطار التنظيمي والتشريعي، وكذلك التسويات المالية والضرائب.

تعتمد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيتين رئيسيتين هما تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (ICT) اللتين أفرزتا ضمن اندماجهما البنية التحتية - الإنترنت. وأوجدت الإنترنت القاعدة الاقتصادية والاجتماعية لنشر التجارة الإلكترونية ما بين صغار ومتوسطي الناشطين في التجارة، ولم تعد هذه الوسيلة مقتصرة على كبار الشركات والمؤسسات التجارية الضخمة. ويعود الاهتمام بالتجارة الإلكترونية خلال السنوات الثلاث الماضية إلى ما حصل من تطور في أساليب استخدام الإنترنت. وأهم تطور حصل في التعامل مع الإنترنت استخدام ما يسمى (The World Wide Web-www) وانتشار استخدام أساليب التصفح السهلة (Browsing) التي أعطت مستخدم الإنترنت واجهة سهلة (Interface) وموحدة للتعامل مع مواقع الإنترنت (Web sites).

حصلت كل هذه التطورات بتسخير شبكات الاتصال التقليدية التي مضى على إنشائها عشرات السنين، ليس لأغراض تبادل البيانات أصلاً، بل للتهاتف التقليدي. إلا أن القدرات التكنولوجية المستحدثة استطاعت تكثيف هذه البنية وإتاحة تطويرها لتتقبل أنواعاً أخرى من التراسل تتمثل بالنصوص والصور والرسوم إضافة إلى الصوت.

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتم ما بين أطراف أساسية ثلاثة هي:

- ١- مجموعات الأعمال (الشركات والمؤسسات بكافة أحجامها).
- ٢- الدولة.
- ٣- الأفراد.

ومجموعات الأعمال أكثر الأطراف تعاملاً بالتجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر، أما التعامل ما بين إدارات الدولة ومجموعات الأعمال فأخذ في النمو. والمتوقع أن هذا النمو سيزيد في المستقبل ليشمل تعامل الأفراد بشكل أوسع مما هو عليه الآن مع إدارات الدولة ومجموعات الأعمال ومن المفيد التفكير بالأميرين التاليين:

الأمر الأول: رغم أن التجارة الإلكترونية منتشرة الآن بشكل أوسع على النطاق المحلي في الدول المتقدمة إلا أنه لا يوجد ما يمنع أو يحد من امتداد هذا المفهوم خارج الحدود الجغرافية والاقتصادية والتجارية والتنظيمية للبلد أو للمنطقة الجغرافية المعنية. فكلما انتشرت الإنترنت والشبكات كلما ازداد استخدام التجارة الإلكترونية عبر الحدود. فالتجارة الإلكترونية أداة واضحة لعولمة التجارة، وتوفير وسائل اقتصادية وكفاءة للتعامل مع الأسواق البعيدة يتيح الفرص للمنتجين لزيادة حجم أعمالهم من خلال الطرق الجديدة للإنتاج والتوزيع وبتيح أيضاً بدائل للمستهلكين للتعامل مع المنتجين.

الأمر الثاني: اضمحلال المسافات الجغرافية والمسؤوليات التقليدية ما بين منتجي السلع والخدمات وبين مستهلكيها، مما يصعب التحقق من العديد من الإجراءات التي كان من السهل التحقق منها في التجارة التقليدية للتجارة. فمن خلال أسلوب التجارة الإلكترونية لا يمكن الاستدلال على المواقع المتعددة التي تمر بها العملية التجارية على الإنترنت، بل تعتبر كل هذه المواقع مواقع افتراضية لا تعكس بالضرورة الموقع الجغرافي للمنتج والمستهلك والحلقات التي ما بينهما.

ثالثاً - التجارة الإلكترونية ومنظمة التجارة العالمية

بدأ اهتمام منظمة التجارة العالمية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضمن الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وملحقاتها، حيث شملت الاتفاقية ملحقاتاً خاصاً بالاتصالات، وملحقاً آخر بالمفاوضات حول الاتصالات الأساسية باعتبار أن هذا القطاع يمثل البنية التحتية العامة لتتفاعل المعلومات بكافة أشكالها. وغطت اتفاقية "الجوانب التجارية ذات العلاقة بحقوق الملكية الفكرية" أو ما يطلق عليها (TRIPS Agreement) تقنين المحتوى المعلوماتي وبدأ مفعولها مع بداية ١٩٩٥، وتشمل الاتفاقية الأخيرة هذه:

١- حقوق الاستتساخ والحقوق المصاحبة الأخرى (مثل حقوق الممثلين والمنتجين ومسجلي النتائج الصوتي والإذاعات).

٢- العلامات التجارية.

٣- المعلومات غير المباح بها (مثل الأسرار التجارية والبيانات المخبرية).

تضم الاتفاقية جوانب أساسية ثلاثة:

(أ) المقاييس: وتعرف الاتفاقية الحد الأدنى من الحماية التي يجب أن توفرها الدولة العضو في الاتفاقية. ويربط هذا الجانب مع اتفاقات الملكية الفكرية للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) باعتبارها أساساً للالتزام الدول الأعضاء بحقوق الملكية الفكرية؛

(ب) التنفيذ: ويحدد فيه الأساليب الواجب استخدامها والمعالجات لتطبيق القانون؛

(ج) تسوية الخلافات: وتخضع التسويات ما بين الأعضاء المختلفين إلى أساليب تسوية الخلافات المنصوص عليها في الاتفاقية.

قامت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) في نهاية عام ١٩٩٦ في جنيف باعتماد إتفاقية حقوق الاستتساخ (WIPO Copyright Treaty) المكملة لاتفاقية منظمة التجارة العالمية سابقة الذكر. تتكون الإتفاقية من ٢٥ فقرة ومن أهم ما تشمل:

(١) برامج الحاسوب؛

(٢) حقوق التوزيع؛

(٣) اعتبارات حقوق التطبيق؛

(٤) الحقوق والواجبات ضمن الاتفاقية.

كما أصدر المؤتمر الوزاري الذي انعقد في سنغافورة في كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٦ بياناً حول التجارة بتكنولوجيا المعلومات تضمن ما سمي "اتفاقية تكنولوجيا المعلومات" (Information Technology Agreement). وتعتبر الاتفاقية وسيلة أساسية لتقليص ثم إلغاء الضرائب والرسوم والحواجز التي تعيق المتاجرة بأجهزة وبرمجيات تكنولوجيا المعلومات وملحقاتها والتي جاءت في قائمة تفصيلية ضمن الاتفاقية. وصنفت القائمة بموجب النظام الجمركي المنسق (HS) في مجموعتين. وتقضي الاتفاقية التزام الدول الموقعة بثلاثة مبادئ أساسية:

(أ) شمول جميع السلع المبنية في الجدول بأحكام الاتفاقية؛

(ب) تقليص التعرفة الجمركية على هذه السلع وبشكل تدريجي الى الصفر؛

(ج) تقليص الرسوم والتحميلات الأخرى (ODC's) الى الصفر أيضاً وبشكل تدريجي.

ورغم أن سقف تخفيض الرسوم والضرائب بالنسبة للدول المتقدمة جدد في الاتفاقية ببدء عام ٢٠٠٠ إلا أن الاتفاقية منحت الدول النامية مهلة تصل لما بعد عام ٢٠٠٥ للالتزام الكامل بها.

وقامت منظمة التجارة العالمية إثر ذلك بتشكيل لجنة دائمة تعنى بتنفيذ ومراجعة الاتفاقية، عقدت خلال السنوات اللاحقة لتوقيعها عدداً من الاجتماعات لمراجعة السلع والخدمات المشمولة في القائمة ولم تضيف لحد الآن تعديلات على القائمة الأصلية.

أما بالنسبة للتجارة الإلكترونية فقد جاء إعلان جنيف الوزاري بشأن التجارة العالمية ضمن المؤتمر الوزاري للدورة الثانية الذي انعقد في أيار/مايو ١٩٩٨ كأساس لإطار عمل المنظمة لاحقاً (راجع الملحق أ). ونتج عن الإعلان برنامج عمل اعتمد من قبل المجلس العام للمنظمة في أيلول/سبتمبر ١٩٩٨ (راجع الملحق ب).

حددت حكومات الدول الاعضاء في المنظمة ثلاثة أنواع من التعامل التجاري عبر الإنترنت:

- (أ) تعاملات الخدمة (الاختيار، الشراء، التسليم) التي تجري وتتم بالكامل عبر الإنترنت؛
- (ب) تعاملات تتضمن توزيع الخدمات، حيث يتم اختيار السلعة أو الخدمة عبر الإنترنت إلا أن تجهيزها وتسليمها يتمان من خلال الوسائل التقليدية؛
- (ج) التعاملات التي تتضمن شبكات الاتصالات، بضمنها خدمات الإنترنت.

وقد أكد الأعضاء أن العديد من التعاملات التجارية عبر الإنترنت تندرج ضمن إطار الاتفاقية العامة للخدمات (GATS) حيث أن الاتفاقية لا تفرق بين وسيلة وأخرى لتجهيز الخدمات، لذا يمكن اعتبار معظم الخدمات عبر الإنترنت مغطاة بشكل عام بالاتفاقية. كما أن الأمور ذات العلاقة بشبكات الاتصال محكومة بملحق الاتفاقية الذي يطلق عليه "الاتفاقية الأساسية للاتصالات" إضافة إلى "الورقة المرجع" التي تفصل السياسات عن التنظيم والتشريع من جهة، وتفصل التنظيم والتشريع عن التشغيل من جانب آخر والمرتبطة بشكل مباشر بإجراءات تحرير قطاع الاتصالات والقضاء على الاحتكار بهدف توفير خدمات أفضل وأقل تكلفة للمستخدمين بكافة شرائحهم الاجتماعية والاقتصادية.

وقد برزت في سياق ذلك إجهادات في وجهات نظر الدول الأعضاء حول عدد قليل من المنتجات، حيث اعتبرها البعض "خدمة" والبعض الآخر "سلعة". وشملت المنتجات الكتب والبرمجيات. حيث أن الكتاب الذي يتم تجهيزه بالوسائل التقليدية يعتبر سلعة بينما الكتاب الذي يتم استقباله عبر الإنترنت (Downloadable) قد ينظر إليه كخدمة. وهناك من يرى أن من المفيد استحداث صنف آخر من النماجات (فضلاً عن السلع والخدمات) لتمييز هذه النماجات عن مجموعتي السلع والخدمات.

يمكن اعتبار الخدمات التالية أساسية لإزدهار التجارة الإلكترونية:

- ١- خدمات الاتصالات التي تتوفر من خلالها الإتصال بالإنترنت.
- ٢- خدمات الإنترنت.
- ٣- خدمات ومنتجات تقدم عبر الإنترنت مثل:

(أ) الاستشارات؛
(ب) الطب عن بعد (telemedicine)؛
(ج) خدمات التوزيع؛

- ٤- الخدمات الجديدة مثل:

(أ) استضافة مواقع الإنترنت (Web hosting)؛
(ب) التحقق (authentication)؛
(ج) التوقيع الإلكتروني (electronic signature).

ومن المؤمل ان تلعب الحكومات دورا فاعلا في التسهيل والتنظيم والإستخدام المبكر لوسائل وتطبيقات التجارة الإلكترونية.

خلاصة الأمر، يمكن حصر إهتمامات منظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية بالقضايا السبع التالية:

- ١- القضايا ذات العلاقة بالبنية التحتية اللازمة للتجارة الإلكترونية.
- ٢- القضايا ذات العلاقة بالوصول إلى الأسواق إلكترونيا، بالأخص بما يتعلق بالسلع والخدمات التي بالإمكان تزويدها إلكترونيا.
- ٣- التقدم المحرز باتجاه تحرير التجارة بالخدمات في الأمور ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية.
- ٤- دور منظمة التجارة العالمية في تسهيل التجارة مع التأكيد على الإنترنت والتبادل الإلكتروني للبيانات من خلال تبسيط الإجراءات والتعاملات الجمركية.
- ٥- كيفية استفادة الحكومات من وسائل التجارة الإلكترونية في العمليات الشرائية.
- ٦- حقوق الملكية الفكرية فيما يخص الأمور المتعلقة بالتجارة وأهمية حماية حقوق الإستنساخ والحقوق ذات الصلة والعلامات التجارية وأسماء نطاقات الإنترنت (domain names) لأغراض تطوير التجارة الإلكترونية.
- ٧- القضايا ذات العلاقة بالتشريعات من منظور منظمة التجارة العالمية.

رابعاً - الدول العربية والتجارة الإلكترونية

لا توجد إحصاءات دقيقة لحجم التجارة الإلكترونية في البلدان العربية، وما هو متوفر من إحصاءات يدل على ضآلة حجم هذه التجارة للأعوام القليلة المنصرمة والوقت الحاضر مقارنة مع الحجم العالمي للتجارة الإلكترونية.

فبينما بلغ حجم التجارة الإلكترونية العالمية عام ١٩٩٩ ما يقارب ٢٠٠ مليار دولار، تدل الإحصاءات المتوفرة عن الدول العربية لذلك العام ان حجم التجارة الإلكترونية كان أقل من ١٠٠ مليون دولار. وتدل تفاصيل هذه التجارة بانها لسلع وخدمات استهلاكية، حيث تندرج ضمن صنف تجارة المستهلك العربي مع شركات التجهيز خارج الدول العربية (Consumer to Business). ويمكن القول أن معظم الدول العربية لم تتعد بعد مراحل الترويج الأولى للتجارة الإلكترونية.

وتعتبر بعض دول المنطقة مثل دولة الإمارات العربية المتحدة وجمهورية مصر العربية والمملكة الأردنية الهاشمية من الدول التي تبنت مبادرات وطنية لدعم التجارة الإلكترونية. فعلى سبيل المثال، يعتبر مشروع مدينة دبي للإنترنت ومبادرة حكومة إمارة دبي لتطبيق الحكومة الإلكترونية في أعمالها نموذجان جيدان يعكسان مدى اهتمام حكومة الإمارة بوسائل التجارة الإلكترونية. إلا ان صغر حجم البلد يجعل وقع هذين المشروعين محدوداً مقارنة بمجملة البلدان العربية ما لم تأخذ جوانب من هذين المشروعين أبعاداً إقليمية أو عربية.

أما جمهورية مصر العربية، وبالرغم من قصور بنيتها التحتية للاتصالات والمعلومات الحالية، إلا انها تشهد معدلات نمو في وسائل الاتصالات والمعلومات لم تشهدها أية دولة أخرى في المنطقة. ويعتبر سوق مصر لتجهيزات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من الأسواق الواعدة عالمياً بسبب ضخامة وتنوع السكان. ويمكن اعتبار مصر الكتلة الحرجة للدول العربية لإحداث نقلة نوعية مستقبلية في الاقتصاد والمعرفة والتجارة الإلكترونية.

وتعاني معظم الدول العربية من مشاكل متنوعة جعلت التوجهات التكنولوجية والاقتصادية الحديثة في موقع متدن من سلم أولوياتها، إذ لا يمكن للطلب على وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ان ينمو دون وجود حاجة فعلية للمجتمعات تساعد وتروج لإحداث قطاع اقتصادي معرفي مختلف في اسبقياته وهيكلته عن القطاعات التقليدية الأخرى.

الملحق أ

منظمة التجارة العالمية

إعلان جنيف الوزاري بشأن التجارة الإلكترونية العالمية
المؤتمر الوزاري: الدورة الثانية بجنيف، ١٨ و ٢٠ أيار/مايو ١٩٩٨

إعلان بشأن التجارة الإلكترونية العالمية
معتمد في ٢٠ أيار/مايو ١٩٩٨

إن الوزراء،
إذ يعترفون بأن التجارة الإلكترونية العالمية تتزايد وتخلق فرصاً جديدة للتجارة،

يصرحون:

يضع المجلس العام، قبل اجتماعه التالي في دورة استثنائية، برنامج عمل شاملاً لدراسة كل القضايا المتصلة بالتجارة، التي لها صلة بالتجارة الإلكترونية العالمية، بما فيها القضايا التي تحدها الدول الأعضاء. على أن يشمل برنامج العمل الجهات المختصة في منظمة التجارة العالمية، وأن يراعي الاحتياجات الاقتصادية، والمالية، والإنمائية للدول النامية، مع الاعتراف أن العمل يجري أيضاً في محافل دولية أخرى. وعلى المجلس العام أن يعد تقريراً عن التقدم المحرز في برنامج العمل، وعن أي توصيات تتعلق باتخاذ اجراءات، ويقدم هذا التقرير إلى دورتنا الثالثة. ودون أي مساس بنتيجة برنامج العمل أو بحقوق الدول الأعضاء والتزاماتها بموجب اتفاقات منظمة التجارة العالمية، نعلن أيضاً أن الدول الأعضاء ستستمر فيما تمارسه حالياً من عدم فرض رسوم جمركية على الإرسال الإلكتروني.

وسيستعرض هذا الإعلان عندما يرفع المجلس العام تقريره إلى دورتنا الثالثة، التمديد الذي يتقرر بتوافق الآراء، مع مراعاة التقدم المحرز في برنامج العمل.

الملحق ب

منظمة التجارة العالمية

التجارة الإلكترونية: برنامج العمل
برنامج العمل بشأن التجارة الإلكترونية

اعتمده المجلس العام في ٢٥ أيلول/سبتمبر ١٩٩٨

١-١ إن الإعلان الصادر بشأن التجارة الإلكترونية العالمية، الذي اعتمده الوزراء في الدورة الثانية للمؤتمر الوزاري، قد حث المجلس العام على وضع برنامج عمل شامل لدراسة شتى القضايا المتصلة بالتجارة ولها صلة بالتجارة الإلكترونية العالمية، مع مراعاة الاحتياجات الاقتصادية، والمالية، والنامائية للدول النامية، ورفع تقرير إلى الدورة الثالثة عن التقدم المحرز في برنامج العمل، وعن أي توصيات تتعلق باتخاذ اجراءات. وعليه، فإن المجلس العام يضع البرنامج للجهات المختصة في منظمة التجارة العالمية، على نحو ما يظهر في الفقرات من ٢ إلى ٥. ويمكن أن تتناول أي جهة من هذه الجهات أية قضايا أخرى بناءً على طلب الدول الأعضاء. على أن تبلغ سائر جهات منظمة التجارة العالمية المجلس العام بأنشطتها المتصلة بالتجارة الإلكترونية.

٢-١ يقوم المجلس العام بدور محوري في العملية بأكملها ويبقي برنامج العمل قيد الاستعراض الدائم من خلال بند ثابت على جدول أعماله. وبالإضافة إلى ذلك، ينظر المجلس العام في أية قضية تتصل بالتجارة وتكون لها طبيعة مشتركة. وتبحث في المجلس العام كل جوانب برنامج العمل المتعلقة بفرض رسوم جمركية على الإرسال الإلكتروني. ويجري المجلس العام استعراضاً مرحلياً للتقدم المحرز في تنفيذ برنامج العمل قبل ٣١ آذار/مارس ١٩٩٩. وترفع الجهات المشاركة إليها في الفقرات من ٢ إلى ٥ تقريراً أو توفر معلومات إلى المجلس العام قبل ٣٠ تموز/يوليو ١٩٩٩.

٣-١ لأغراض برنامج العمل على وجه الحصر، ودون مساس بنتيجته، فإن المقصود بمصطلح "التجارة الإلكترونية" هو انتاج، وتوزيع، وتسويق، وبيع، أو توصيل أية سلع وخدمات بالوسائل الإلكترونية. ويشمل برنامج العمل أيضاً النظر في القضايا المتصلة بتطوير البنية الأساسية للتجارة الإلكترونية.

٤-١ تراعي تلك الجهات، في قيامها بأعمالها، ما تقوم به سائر المنظمات ما بين الحكومات من أعمال. ولا بد من النظر في السبل الممكنة للحصول على المعلومات من المنظمات غير الحكومية ذات العلاقة.

مجلس التجارة في الخدمات

١-٢ يقوم مجلس التجارة في الخدمات بدراسة معاملة التجارة الإلكترونية في الإطار القانوني للجات" ويقدم تقريراً بشأنها. على أن تتضمن القضايا التي يدرسها ما يلي:

- النطاق (شاملاً طرق توريد الخدمات) (المادة الأولى)؛
- الدولة الأكثر رعاية (المادة الثانية)؛
- الشفافية (المادة الثالثة)؛
- زيادة مشاركة البلدان النامية (المادة الرابعة)؛
- القواعد والاجراءات المحلية، والمعايير، والاعتراف (المادتان السادسة والسابعة)؛
- المنافسة (المادتان الثامنة والتاسعة)؛
- حماية الخصوصية والأداب العامة ومنع الغش والاحتيال (المادة الرابعة عشرة)؛
- التزامات النفاذ إلى الأسواق والخاصة بتوريد الخدمات إلكترونياً (بما فيها الالتزامات المتصلة بالخدمات الأساسية وخدمات الاتصالات اللاسلكية والخدمات اللاسلكية ذات القيمة المضافة وكذلك الالتزامات المتصلة بتوزيع الخدمات) (المادة السادسة عشرة)؛
- المعاملة الوطنية (المادة السابعة عشرة)؛
- الوصول إلى واستخدام الشبكات العامة والخدمات المتصلة بها في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية (الملحق الخاص بالاتصالات السلكية واللاسلكية)؛
- الرسوم الجمركية؛
- قضايا التصنيف.

مجلس التجارة في السلع

١-٣ يدرس مجلس التجارة في السلع، ويقدم تقريراً عن، جوانب التجارة الإلكترونية المتصلة بأحكام "الجات" ١٩٩٤، والاتفاقات المتعددة الأطراف المتعلقة بتجارة السلع، والتي يغطيها المرفق (١ ألف) من اتفاق منظمة التجارة العالمية، وبرنامج العمل المقرر. على أن تشمل القضايا التي يدرسها ما يلي:

- الوصول إلى الأسواق لصالح المنتجات المتصلة بالتجارة الإلكترونية والوصول إلى هذه المنتجات؛
- قضايا التقييم الناشئة عن تطبيق الاتفاق المتعلق بتنفيذ المادة السابعة من "الجات" ١٩٩٤؛

- القضايا الناشئة عن تطبيق الاتفاق المتعلق بإجراءات منح تراخيص الاستيراد؛
- الرسوم الجمركية وغيرها من الرسوم والتكاليف التي تحددها المادة الثانية من "الجات" ١٩٩٤؛
- المواصفات القياسية فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية؛
- القضايا المتعلقة بقواعد المنشأ؛
- قضايا التصنيف.

مجلس الجوانب التجارية في حقوق الملكية الفكرية

١-٤ يدرس مجلس الجوانب التجارية في حقوق الملكية الفكرية، ويقدم تقريراً عن، قضايا الملكية الفكرية الناشئة بصدد التجارة الإلكترونية. على أن تشمل القضايا موضوع الدراسة ما يلي:

- حماية وإنفاذ حقوق المؤلف وما يتصل بها من حقوق؛
- حماية وفرض العلامات التجارية؛
- التكنولوجيات الجديدة والوصول إلى التكنولوجيا.

لجنة التجارة والتنمية

١-٥ تدرس لجنة التجارة والتنمية، وترفع تقريراً عن، آثار التجارة الإلكترونية على التنمية، مع مراعاة الاحتياجات الاقتصادية، والمالية، والانمائية للدول النامية. على أن تشمل القضايا موضوع الدراسة ما يلي:

- آثار التجارة الإلكترونية على الفرص التجارية والاقتصادية للدول النامية، لا سيما على مشروعاتها الصغيرة والمتوسطة، وسبل تعظيم الفوائد التي يمكن أن تعود عليها؛
- التحديات التي تواجه مشاركة الدول النامية في التجارة الإلكترونية وسبل تعزيز هذه المشاركة، خصوصاً باعتبارها مصدرة للمنتجات الموردة إلكترونياً؛ ودور تحسين الاستفادة من البنية الأساسية ونقل التكنولوجيا، ودور حركة الأشخاص الطبيعيين؛
- استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق التكامل بين الدول النامية داخل النظام التجاري المتعدد الأطراف؛
- الآثار التي تعود على الدول النامية من التأثير المحتمل للتجارة الإلكترونية على الوسائل التقليدية لتوزيع السلع المادية؛
- الآثار المالية للتجارة الإلكترونية على الدول النامية.