

Distr.  
GENERAL

TD(X)/PC/3  
14 September 1999  
ARABIC  
Original: ENGLISH

## مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



### مجلس التجارة والتنمية

الدورة السادسة والأربعون

جنيف، ١٨-٢٩ تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٩

### تقرير حلقة العمل السابقة للأونكتاد العاشر عن تبادل التجارب بين المؤسسات في مجال التجارة الإلكترونية

المعقودة في قصر الأمم، جنيف،

١٧ - ١٨ حزيران/يونيه ١٩٩٩

#### خلاصة

يقدم هذا التقرير كجزء من التحضيرات الموضوعية للأونكتاد العاشر. ويُستهدف منه تمكين اللجنة التحضيرية الجامعة للأونكتاد العاشر من تقديم توصيات بشأن الطرق التي يستطيع المؤتمر من خلالها التصدي لمسألة التجارة الإلكترونية ومشاركة البلدان النامية فيها. وقد لاحظ الخبراء أنه على الرغم من كون التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة وتبشر بإمكانية تحقيق فوائد كبيرة للبلدان النامية ولمؤسساتها الصغيرة والمتوسطة الحجم، تفتقر معظم هذه البلدان إلى المرافق اللازمة وغيرها من شروط المشاركة في التجارة الإلكترونية. وحددوا مجموعة من الإجراءات التي يتعين اتخاذها من أجل زيادة تلك المشاركة.

وتتضمن هذه الإجراءات زيادة إمكانية الوصول إلى شبكة الإنترنت والاتصالات السلكية واللاسلكية، وتخفيض التكاليف المرتبطة بالوصول إلى شبكة الإنترنت، وزيادة تحرير خدمات مقدمي خدمات الإنترنت ومقدمي أسماء النطاق، وبناء القدرات، وتعزيز زيادة الثقة والأمن. وأكدوا أيضاً على دور الحكومات ليس فقط في تعزيز الخدمات والنظم الداعمة للتجارة الإلكترونية والمواءمة الدولية للأنظمة، بل أيضاً في المشاركة بصورة مباشرة في الأنشطة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

## المحتويات

| <u>الفصل</u>                                         | <u>الفقرات</u> |
|------------------------------------------------------|----------------|
| مقدمة                                                | ١              |
| أولاً - موجز المناقشات الموضوعية                     | ٢٥-٢           |
| ألف - التحليل                                        | ١٧-٥           |
| ١- المقاييس والتعاريف                                | ٦-٥            |
| ٢- التجارب                                           | ١١-٧           |
| ٣- التعاريف الجديدة                                  | ١٧-١٢          |
| باء - التكهّن                                        | ٢٥-١٨          |
| ١- تمكين الوصول وتخفيض التكاليف                      | ٢١-١٩          |
| ٢- بناء القدرات المحلية، والدراية الفنية، والمحتويات | ٢٢             |
| ٣- بناء الثقة                                        | ٢٥-٢٣          |
| ثانياً - الملاحظات والاستنتاجات العامة               | ٢٩-٢٦          |

## المرفقات

### الصفحة

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| الأول - برنامج العمل      | ١١-٩  |
| الثاني - البيانات والعروض | ١٤-١٢ |
| الثالث - الحضور           | ١٥    |

## مقدمة

١- عُقدت حلقة العمل في ١٧ و ١٨ حزيران/يونيه ١٩٩٩، في قصر الأمم، بنجيف. وقد عُقدت استناداً إلى مقترح قدمه أصلاً وفد اليابان، وعملاً بالاستنتاجات المتفق عليها التي اعتُمدت في الجلسة العامة الختامية المعقودة في ١٤ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٨ للدورة الثالثة للجنة المشاريع وتيسير الأعمال التجارية والتنمية التابعة للأمم المتحدة، وعملاً بالمشاورات التي عقدها رئيس مجلس التجارة والتنمية في ٣٠ نيسان/أبريل ١٩٩٩ والتي أذنت للأمانة بتنظيم أربع وقائع سابقة للمؤتمر للأمم المتحدة العاشر. وكانت حلقة العمل هذه أولى هذه الوقائع. وستقدم نتائج حلقة العمل إلى اللجنة التحضيرية للأمم المتحدة العاشر.

## أولاً - موجز المناقشات الموضوعية

٢- حضر حلقة العمل خبراء يمثلون نطاقاً واسعاً من التخصصات في ميدان التجارة الإلكترونية<sup>(١)</sup>. وقد اجتمعوا من أجل تبادل تجاربهم ورؤيتهم لمستقبل التجارة الإلكترونية، ومناقشة كيفية الانتقال من الأفكار إلى الحلول العملية في الحياة الواقعية. وركزوا على مشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، خاصة في البلدان النامية. وكانت أهداف حلقة العمل كما يلي: '١' تقييم مشاركة المؤسسات (لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وخاصة في البلدان النامية) في التجارة الإلكترونية، والتنبؤ بتطورها؛ و'٢' تبادل التجارب فيما بين مستخدمي التجارة الإلكترونية، خاصة في البلدان النامية؛ و'٣' تحديد العقبات والفرص الجديدة فيما يتعلق بزيادة مشاركة مؤسسات البلدان النامية في التجارة الإلكترونية.

٣- وتمشياً مع هذه الأهداف الرئيسية، قسمت حلقة العمل مناقشاتها إلى أربعة<sup>(٢)</sup> من أجل معالجة البنود الفرعية التالية: (أ) القياس ووضع نقاط مرجعية؛ و(ب) قصص النجاح والعقبات التي واجهتها المؤسسات المستخدمة للتجارة الإلكترونية؛ و(ج) مسألة أسماء النطاق؛ و(د) التجارب والإمكانيات في مجال تخفيض تكاليف التجارة الإلكترونية للمؤسسات؛ و(هـ) الحلول التي توفرها التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم - جانب العرض.

٤- وسمحت العروض المقدمة والمناقشات المعقودة بشأن التجارب لحلقة العمل بأن تنظر في الزاويتين الرئيسيتين اللتين لا يزال ينبغي دراسة موضوع التجارة الإلكترونية والتنمية منهما: تحليل الحالة الراهنة، والإجراءات التي يمكن اتخاذها للمستقبل.

## ألف - التحليل

### ١- المقاييس والتعاريف

٥- تُظهر البيانات الحديثة أن التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة، ولكن بصورة لا تزال متفاوتة. وقد أكد الخبراء على أن التجارة الإلكترونية تمثل القوة الدافعة الحالية وراء الاستثمار في الأنشطة المرتبطة بشبكة الإنترنت. وتزداد أهميتها إلى درجة يحتمل أن تؤثر على الاتجاهات في الهياكل الأساسية وتكلفتها النسبية. وستصبح التجارة الإلكترونية مكوناً رئيسياً من مكونات التجارة الدولية في السنوات القادمة (٣٠٠ بليون دولار في عام ٢٠٠٢، وقد تصل نسبتها إلى ٢٥ في المائة من إجمالي التجارة العالمية بحلول عام ٢٠٠٥). وتقع أغلبية "المؤسسات الإلكترونية" في البلدان المتقدمة، ولا سيما الولايات المتحدة. غير أن نسبة كبيرة من هذه المؤسسات لا تزال تُعنى أساساً بالمعاملات "بين المؤسسة والمستهلك"، التي قد لا تمثل مستقبل التجارة الإلكترونية، نظراً إلى أن المعاملات "بين المؤسسة والمؤسسة" تصبح بسرعة المكوّن المهيمن للتجارة الإلكترونية.

٦- ويأتي جزء رئيسي من الإيرادات الناجمة عن التجارة الإلكترونية من مصادر غير مباشرة (مثل الإعلانات). ويمثل نمو التجارة الإلكترونية تحدياً للعديد من النماذج الاقتصادية والصناعية الراسخة الأساس، وتظهر عناصر فاعلة جديدة (وسطاء معلوماتيون)، الأمر الذي يتطلب أن تتبع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم استراتيجيات ملائمة.

### ٢- التجارب

٧- تمثلت إحدى مزايا حلقة العمل في أنها قدمت الدليل على أن التجارة الإلكترونية ليست نشاطاً مقتصرًا على البلدان والمؤسسات المتقدمة أو "ذات الارتباط الجيد"، كما اتضح من وصف الخبراء لتجاربهم الوطنية، بما فيها تجارب أقل البلدان نمواً مثل نيبال وبنن.

٨- وتم التأكيد على الفائدة التي قد يجدها بعض "المتأخرين" في الانضمام إلى ثورة التجارة الإلكترونية في وقت لا تزال فيه هياكلهم الأساسية في ميدان الاتصالات السلكية واللاسلكية غير كاملة: فالمعدات والتكنولوجيات الجديدة تقدم نسباً أفضل بكثير بين الأداء والتكلفة، كما يتضح من وجود نسبة أكبر من الخطوط الرقمية (بالمقارنة بالتناظرية) في العديد من البلدان النامية (مثل شيلي). ولكن، في هذا السياق، تم تحديد أهمية وجود بيئة تنظيمية داعمة بوصفها عنصراً حاسماً من عناصر النجاح.

٩- ووصف عدد من الخبراء كيف أدت زيادة التوعية بإمكانيات التجارة الإلكترونية إلى إقناع الحكومات (سري لانكا، وبيرو) بمنح الأولوية لتحسين وسائل الربط بالمناطق الريفية. وسُردت التجارب الابتكارية والناجحة من أجل تخفيض تكلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت.

١٠- وتم تحديد تجارب عديدة نُفذت فيها بنجاح الجهود الرامية إلى تعزيز المحتويات المحلية (المنتجات، اللغات).

١١- وكانت تجربة البلدان المتقدمة التي أقامت أفرقة عمل وطنية معنية بالتجارة الإلكترونية (فرنسا) وتلك التي تقترح اتباع "نهج مجتمعي" فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية (اليابان)، موضع اهتمام كبير من طرف خبراء البلدان النامية.

### ٣- التعاريف الجديدة

١٢- تمثل التجارة الإلكترونية تحدياً لبعض التعاريف التقليدية لمفاهيم مثل السوق، والمستهلك، والمنتج؛ فمع بدء انتشار ممارستها، يصبح المستهلكون منتجين والمنتجون مستهلكين، وتقوم شبكات المعلومات بإعادة تشكيل الأسواق.

١٣- ولا تمثل التجارة الإلكترونية مجرد طريقة إيصال تقتصر على مجموعة صغيرة من المنتجات المتطورة/الرفيعة المستوى؛ فعن طريق تحسين سلاسل الإنتاج والإيصال كي تبلغ مستواها الأمثل، يزداد استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية لمختلف السلع والخدمات بدون تمييز، كما أظهرت ذلك بعض البلدان المتقدمة (مثل فرنسا). وفي مجال الخدمات، يمكن للتجارة الإلكترونية أن تصبح مصدر تنافسية دولية للبلدان النامية، ليس فقط في مجال الخدمات التقليدية (مثل السياحة والنقل)، بل أيضاً في مجال الخدمات الأكثر تطوراً والكثيفة القيمة مثل النشر والتصميم والترجمة.

١٤- وقد ساد اتجاه بخصوص مسألة معاملات التجارة الإلكترونية (لا سيما المدفوعات) التي تتسم بالمخاطر وعدم الأمن إلى المبالغة في التأكيد عليها من وجهة نظر المشتري، وإلى الإقلال من هذا التأكيد من وجهة نظر البائع (لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم).

١٥- ولا ضرورة لأن يكون التوسع الدولي للتجارة الإلكترونية لعبة يحتكرها عدد محدود من "كبار اللاعبين": فيمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم من جميع البلدان (بما في ذلك أقل البلدان نمواً) أن تشارك فيها عن طريق الاستراتيجيات والتحالفات المناسبة. ويزداد بسرعة عدد قصص النجاح وصلتها بالموضوع، كما اتضح من العديد من العروض المقدمة في حلقة العمل.

١٦- وتنتقل شبكة الإنترنت بسرعة من أيدي الفنيين إلى أيدي أصحاب المؤسسات. وسيحدد الاستخدام الاجتماعي قيمتها إلى حد كبير، خاصة فيما يتعلق بالتجارة والتنمية. ويظهر هذا التطور لطبيعة شبكة الإنترنت على أحسن وجه في التجارة الإلكترونية: فبينما لا تزال كثير من المؤسسات المعنية بالمعاملات بين المؤسسة والمستهلك (Amazon.com، على سبيل المثال) تنتظر أرباحها الأولى، يقوم عدد متزايد من الشركات المعنية بالمعاملات بين المؤسسة والمؤسسة (مثل Cisco) بتعجيل انتقالها إلى المعاملات القائمة على أساس الإنترنت.

١٧- ويمثل ذلك للمؤسسات في البلدان النامية فرصاً جديدة للمشاركة في الأسواق العالمية (مثلاً في سياق المناقصة العالمية للمشتريات العامة) كما يمثل أخطار تهميش جديدة، خاصة للمؤسسات العاملة في المناطق التي لا تتمتع بوسائل ربط كافية، أو تلك التي تعاني من تكاليف ربط (بشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية العامة وبشبكة الإنترنت) باهظة للغاية.

## باء - التكهّن

١٨- حددت حلقة العمل عدة مجالات للإجراءات ذات الأولوية، بالإضافة إلى النهج العملية المقابلة لها.

### ١- تمكين الوصول وتخفيض التكاليف

١٩- أكد العديد من الخبراء على أن الجماهير الحاسمة مفهوم رئيسي: فتظهر تجربة بلدان مثل غانا أنه عندما يزداد الاستخدام، تنخفض الأسعار. وفي هذا الصدد، يمكن للسياسات الوطنية الرامية إلى تعزيز التجارة الإلكترونية أن تنشئ "حلقة مجدية" وأن تجذب المستثمرين إلى الهياكل الأساسية المرتبطة بالمعلومات.

٢٠- وفي العديد من الحالات، توجد حلول وأدوات عملية يمكنها أن تلبي جزئياً احتياجات البلدان النامية في مجال التجارة الإلكترونية؛ فبدلاً من "إعادة اختراع الدولاب"، ينبغي أن تتمكن البلدان الأقل تقدماً ومؤسساتها من الاستفادة من المعلومات المستوفاة بشأن "جانب العرض"، أي المنتجات المقدمة من مختلف الموردين (مثل البرامجيات، بما في ذلك البرامجيات المجانية).

٢١- وينبغي التصدي على الصعيد المحلي لمختلف العقبات والمشاكل المتعلقة بمشاركة المؤسسات في التجارة الإلكترونية (التعريفات الجمركية، والضرائب، والمنافسة)، في حين تتطلب عقبات ومشاكل أخرى نهجاً دولياً (تكلفة الخطوط المستأجرة، وفرض رسوم على المستخدمين للدرايات بأكملها). وينبغي النظر إلى تبادل التجارب العملية بوصفه إحدى طرق تعزيز فعالية البلدان النامية في كلا السياقين. فتسمح معرفة المزيد عن تجارب البلدان الأخرى للمؤسسات والحكومات بتحديد الحلول المنخفضة التكلفة. وقد أظهرت الأمثلة التي تمت مناقشتها في حلقة العمل (نموذج النوافذ المتعددة في بيرو، وتجربة شركة PEOPLink المتعلقة بالمعدات المنخفضة التكلفة، والاقتراح المقدم من كلية لوزان الفدرالية للعلوم التطبيقية والمتعلق بـ"العقد الطرفية") مزايا تكرار حلقة العمل هذه، بما في ذلك على الصعيد الإقليمي. وعلى نحو مماثل، من شأن زيادة تبادل المعارف أن تعزز قدرة البلدان النامية على المشاركة بفعالية في المناقشات الدولية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية (بما في ذلك في منظمة التجارة العالمية، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية، والاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية، وغيرها من المنتديات المشابهة مثل هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة).

## ٢- بناء القدرات المحلية، والدراية الفنية، والمحتويات

٢٢- حدد الخبراء الأولويات التالية من أجل حفز بناء القدرات المحلية فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية واستخدام المؤسسات لها في البلدان النامية:

(أ) إن ربط تدفقات المعلومات (خاصة تلك التي تقوم على أساس الإنترنت) بسلسلة العرض (سوقيات التجارة) ضروري في جميع البلدان التي لا تزال تعتمد كثيراً على الصادرات من السلع الأساسية والسلع المصنّعة؛ وعند القيام بذلك، ستكفل البلدان أيضاً وجود تفاعل أفضل بين استراتيجياتها المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وجهودها الرامية إلى تحسين كفاءة التجارة/تسهيل التجارة.

(ب) إن إنتاج محتويات محلية (اللغات) ضروري، وينبغي توثيق الأمثلة الناجحة على هذا النشاط ونشرها.

(ج) لقد أصبحت مزايا السياسات الوطنية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، التي تجرى محاولات عن طريقها لتعبئة المجتمع ككل، معروفة جيداً. وينبغي مواصلة الجهود المبذولة في هذا الاتجاه من أجل إيجاد ثقافة للتجارة الإلكترونية تشترك فيها كل من الحكومات ودوائر الأعمال على حد سواء.

## ٣- بناء الثقة

٢٣- تم عرض قصص نجاح بعض البلدان (مثل فنزويلا) في تعزيز الأدوات اللازمة للتجارة الإلكترونية الآمنة (التصديق، والوثائق الإلكترونية مثل الفواتير والتوقيعات الرقمية)، وأثارت الاهتمام بمواصلة تبادل التجارب، بما في ذلك على أساس إقليمي. وأدت هذه التجارب إلى تعزيز الاحترام المتبادل بين دوائر الأعمال والحكومة.

٢٤- ويمكن للبلدان النامية ومؤسساتها أن تساهم بنشاط أكبر في عملية اعتماد وتعزيز القواعد والمعايير المناسبة للتجارة الإلكترونية، مثل صيغة XML لتبادل البيانات الإلكترونية في مجالات الإدارة والتجارة والنقل.

٢٥- وتمت مناقشة الصعوبات الخاصة التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في البلدان النامية في مجال "العلامات التجارية"، وتم ربطها بالعروض المقدمة من الخبراء التابعين للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، وهيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة، والجمعية الدولية للاتصالات السلكية واللاسلكية في مجال الملاحة، عن العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الإنترنت. ودعا الخبراء إلى زيادة اشتراك البلدان النامية في المناقشات المتعلقة بهذا الموضوع.

## ثانياً - الملاحظات والاستنتاجات العامة

٢٦- اتفق الخبراء على أنه قد تم تحقيق أهداف حلقة العمل بالكامل، إذ انتقلت المناقشة بشأن التجارة الإلكترونية والمؤسسات في البلدان النامية بنجاح من مستوى الحكايات إلى مستوى التجارب. وعلى العكس من الحكايات التي تسمح بالتكهن، تقدم التجارب كلا التنوع الكافي والقدرة الكافية على المقارنة من أجل السماح للمراقب الحذر باستخلاص دروس من وقائع قابلة للقياس. وفي نهاية المطاف، قد تؤدي هذه الدروس إلى وضع أهداف استراتيجية وإلى تنفيذ الإجراءات المناسبة. ويندرج ضمن الأهداف الأخرى التي كُلت بالنجاح التمييز بين الحلم والواقع، وتحديد العناصر في وقائع اليوم التي يمكن تطبيقها على الاستراتيجيات الإنمائية للبلدان النامية ومؤسساتها.

٢٧- وينبغي لاستراتيجيات التجارة الإلكترونية الناجحة أن تراعي طبيعة التجارة الإلكترونية المتعددة الأوجه والمتعددة القطاعات مراعاة تامة. وستواجه الاستراتيجيات التي تركز حصراً على جانب واحد من جوانب التجارة الإلكترونية (مثل الجوانب المتعلقة بالأمن، أو المدفوعات، أو المفاوضات التجارية المتعددة الأطراف، أو الملكية الفكرية) خطر تجاهل الهدف الأخير لسياسة التجارة الإلكترونية الذي ينبغي أن يتمثل في تحسين فعالية الاقتصاد وقدرته على المنافسة، وتحسين مستوى المعيشة والرفاهية في المجتمع ككل.

٢٨- وتتمتع التجارة الإلكترونية، في جوانب عديدة، بالقدرة على أن تُدخل إلى البلدان النامية اقتصاداً حقيقياً يقوم على أساس المعارف. وفي هذه العملية، يمكن تعزيز إمكانية الوصول إلى المعلومات والمعارف، ويمكن للعولمة أن تتخذ معنى يتسم بالمزيد من الإيجابية في أنحاء عديدة من العالم. ويمكن إظهار البعد المجتمعي للتجارة الإلكترونية في استخدام مفهوم التنمية الإلكترونية ("e-development").

٢٩- وفي مجال تتبدل فيه البيئة باستمرار بفعل التغيرات والابتكارات التكنولوجية، يظل تبادل التجارب طريقاً مختصراً قيماً لصغار اللاعبين. وقد أعرب الخبراء عن الأمل في أن تُعكس مداولاتهم واستنتاجاتهم في الأونكتاد العاشر ونتائجه. واعتزموا مواصلة تعاونهم، بما في ذلك عن طريق حلقات العمل الإقليمية التي سينظمها الأونكتاد في الأشهر القادمة بشأن التجارة الإلكترونية والتنمية.

\* \* \* \* \*

## المرفق الأول

### برنامج العمل

الخميس، ١٧ حزيران/يونيه ١٩٩٩

١٠/٠٠ - كلمة ترحيب - جان غورونليان، مدير شعبة الهياكل الأساسية الخدمية لأغراض التنمية والكفاءة في التجارة التابعة للأونكتاد

١٠/٣٠ - "المؤسسات، والتجارة الإلكترونية، والتنمية"

برونو لانفان، رئيس قسم التجارة الإلكترونية، الأونكتاد/شعبة الهياكل الأساسية الخدمية لأغراض التنمية والكفاءة في التجارة

١١/١٥ - استراحة لتناول القهوة

١١/٣٠ - الفريق ١: ما هي المؤسسات التي تستخدم التجارة الإلكترونية؟ المسائل المتعلقة بالقياس ووضع نقاط مرجعية

\*بن بترازيني، وحدة التخطيط الاستراتيجي، الاتحاد الدولي للاتصالات

السلكية واللاسلكية

\*برنار ستوفن، رئيس شركة SIMPROFRANCE، فرنسا

\*البروفيسور جان - بيير أوبو، كلية لوزان الفدرالية للعلوم التطبيقية والتحالف التعاوني الدولي، سويسرا

١٢/٣٠ - مناقشة عامة

١٣/٠٠ - تُرفع الجلسة لفترة الغداء

١٥/٠٠ - الفريق ٢: المؤسسات التي تستخدم التجارة الإلكترونية: قصص النجاح والعقبات (الجزء الأول)

\*البروفيسور نغاكي أوهياما، معهد طوكيو للتكنولوجيا، رئيس فريق الدراسة الحكومي المعني

بالتجارة الإلكترونية، اليابان

\*خافيي باكيرو،  
\*الدكتور لاليث غاماج،  
رئيس الهيئة التقنية المالية، اكوادور  
المدير التنفيذي، شركة TradeNet، سري لانكا

١٦/٠٠ - مناقشة عامة

١٦/٣٠ - استراحة لتناول القهوة

١٦/٤٥ - الفريق ٣: هياكل القوة في المجال السيبرني - مسألة أسماء النطاق

\*كريس جيبسون،  
\*إزومي أيزو،  
\*روزا ديلغادو،  
رئيس، التجارة الإلكترونية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية  
المدير، شبكة آسيا للبحوث، ماليزيا  
الشعبة الدولية، الجمعية الدولية للاتصالات السلكية واللاسلكية في مجال  
الملاحة الجوية، سويسرا

١٧/٣٠ - مناقشة عامة

١٨/٠٠ - تُرفع الجلسة

الجمعة، ١٨ حزيران/يونيه ١٩٩٩

١٠/٠٠ - الفريق ٤: المؤسسات التي تستخدم التجارة الإلكترونية: قصص النجاح والعقبات (الجزء الثاني)

\*فيليب مونييه،  
\*عبد الوهاب باكاري،  
\*جيمس كينيا،  
\*تيد جونسون،  
المدير العام، شركة Eureka، سويسرا  
المدير الإداري، شركة COBUCO الدولية، بنن  
المدير الإداري، مؤسسة جام كي، غانا  
المنسق التقني، شركة PEOPLELink، الولايات المتحدة

١٠/٤٥ - مناقشة عامة

١١/١٥ - استراحة لتناول القهوة

١١/٣٠ - الفريق ٥: تخفيض تكلفة التجارة الإلكترونية للمؤسسات: التجارب والإمكانيات

- \*خوسيه سوريانو،  
\* ني كواينور،  
\*شاشانك كنسال،  
المنسق العام، الشبكة العلمية البيروية، بيرو  
كبير الموظفين التنفيذيين، شبكة النظم الحاسوبية، غانا  
نائب الرئيس الأقدم، شركة WorldLink Communications، نيبال
- ١٢/١٥ - مناقشة عامة
- ١٣/٠٠ - تُرفع الجلسة لفترة الغداء
- ١٥/٠٠ - الفريق ٦: الحلول المتعلقة بجانب العرض/التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم
- \*جوديث باين،  
\*خوسيه علي فيفاس  
\*شريف هاشم،  
المدير الأقدم، نظم الإدارة الأمريكية، الولايات المتحدة  
المدير، Cavecom-e، فنزويلا  
مدير مشروع مصر للطريق السريع للمعلومات، مصر
- ١٥/٤٥ - مناقشة عامة
- ١٦/٣٠ - موجز مناقشات حلقة العمل والاستنتاجات الأولية التي ينبغي عرضها على اللجنة التحضيرية للأونكتاد العاشر
- ١٧/٠٠ - ملاحظات ختامية يقدمها السيد روبنز ريكوبيرو، الأمين العام للأونكتاد
- ١٧/٣٠ - تُرفع الجلسة

## المرفق الثاني

### البيانات والعروض<sup>(٣)</sup>

#### ألف - البيانات

قال مدير شعبة الهياكل الأساسية الخدمية لأغراض التنمية والكفاءة في التجارة في ملاحظاته الاستهلاكية إن التجارة الإلكترونية كانت حلاً للبعض وكابوساً للبعض الآخر، غير أنها اليوم لا هذا ولا ذاك: ففي أقل من بضع سنوات، انتقلت التجارة الإلكترونية من عالم الخيال إلى واقع شبه ملموس. فلم تعد المسألة مسألة مناقشة ما إذا كانت التجارة الإلكترونية ستوجد أم لا؛ فهي موجودة بالفعل وستتمو حتى بسرعة أكبر في السنوات القادمة.

غير أن من الجدير التساؤل عن سيستفيد من التجارة الإلكترونية، وعما إذا كانت ستمثل أداة للعدالة والفعالية أم ستقتصر على تعزيز الفوارق القائمة بين الغني والفقير. وهذه الأسئلة ليست ذات طابع نظري. وبغية التصدي لها بشكل عملي المنحى، من الضروري النظر بأكثر قدر ممكن من الدقة والموضوعية إلى من يقوم فعلاً بالاتجار إلكترونياً اليوم ومن سيتمكن من القيام بذلك في السنوات القادمة.

وقد أصبح العمل مع المجتمع المدني، ولا سيما قطاع المؤسسات، تقليداً راسخاً في الأونكتاد اليوم. ويقدم وجود عدد كبير من ممثلي دوائر الأعمال في حلقة العمل دليلاً إضافياً على أنه يمكن للمؤسسات والمنظمات الدولية مثل الأونكتاد أن تجد منفعة مشتركة في تبادل الآراء والتجارب، ويقدم ذلك إشارة مطمئنة خلال العملية التحضيرية للأونكتاد العاشر.

وأكد الأمين العام للأونكتاد، في ملاحظاته الختامية، الأهمية التي يوليها الأونكتاد لموضوع التجارة الإلكترونية، خاصة في سياق التحضيرات للأونكتاد العاشر. فإن تقنياتها تؤثر على مجموعة واسعة النطاق من الأنشطة والقطاعات، ليس فقط في مجال الخدمات وإنما أيضاً في مجال المصنوعات وحتى في أسواق السلع الأساسية. وفي العديد من هذه الأنشطة، لا تمثل التجارة الإلكترونية وسيلة أفضل وأكثر فعالية للإضطلاع بالأعمال التجارية فحسب، بل أيضاً وسيلة مختلفة جذرياً لإنتاج القيمة، والوصول إلى المستهلكين والأسواق، وإقامة العلاقات وأوجه التفاعل عبر الحدود. غير أن معظم هذه التغيرات تحدث بسرعة أكبر بكثير من قدرة الحكومات على وضع القواعد والأنظمة وآليات الضمان. وقد أكد البعض على أنه لا يجب أن تحاول الحكومات القيام بذلك، بينما أصر البعض الآخر على الطابع الذي لا بديل له للدور الذي يضطلع به القطاع العام.

وفي جميع أنحاء العالم، تضم المؤسسات والحكومات جهودها لكي تحدّد بشكل أفضل إمكانيات التجارة الإلكترونية وخصائصها، وكيف يمكن لهذه التجارة أن تؤثر على اقتصاداتها. وقد بدأت المناقشات المتعلقة بإمكانية إدراج التجارة الإلكترونية في جولة جديدة من المفاوضات التجارية المتعددة الأطراف.

وفي المرحلة الحالية، لا يزال من السابق لأوانه تحديد مدى وقدرة منظمة التجارة العالمية على إحراز تقدم في إدخال التجارة الإلكترونية في عالم فروع التجارة وتحديد سرعتها في القيام بذلك. غير أنه من الواضح أنه كلما زادت معرفة البلدان النامية بالتجارة الإلكترونية، كلما سيصبح من الأسهل التقدم نحو نتيجة متوازنة وذات فائدة مشتركة في ذلك الميدان. والسؤال هو: كيف نعرّف المعارف في ميدان تتغير التكنولوجيا فيه كل يوم تقريباً، وتواجه فيه النماذج الاقتصادية والصناعية والتنظيمية الراسخة الكثيرة التحديات؟ ويتمثل الرد على ذلك في أنه، في مجال التجارة الإلكترونية، تأتي المعارف من الممارسة وليس من الكتب الدراسية؛ ولذلك، يبذل الأونكتاد جهوده لإشراك ممارسي التجارة الإلكترونية في أعماله وتفكيره بقدر الإمكان. ويتمثل وجود العديد من ممارسي التجارة الإلكترونية، من الحكومات وقطاع المؤسسات على حدٍ سواء، في حلقة العمل دليلاً ملموساً على هذا النهج.

كما أن وجود العديد من الخبراء من العواصم يقدم إشارة هامة. فيؤكد ذلك ليس فقط وجود اهتمام رفيع المستوى فعلاً في البلدان الأعضاء بموضوع التجارة الإلكترونية، بل يؤكد أيضاً أن العمل الذي اضطلع به الأونكتاد في هذا الميدان منذ انعقاد ندوة الأمم المتحدة المعنية بالكفاءة في التجارة في تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٤، قد اكتسب مركزاً دولياً متيناً.

وفي مرحلة التحضير لكل من الأونكتاد العاشر والألفية الجديدة، اتخذ موضوع التجارة الإلكترونية بعداً رمزياً جداً. أولاً، إنه يمثل مجاًلاً حققت التكنولوجيا فيه إنجازات: فقد أصبحت المعلوماتية البُعدية متاحة، وكذلك الإنترنت ومعظم الأدوات الأساسية لتسهيل التجارة الإلكترونية العالمية، حتى وإن كانت إمكانيات الوصول إليها لا تزال غير متساوية؛ ومع ذلك، لا يزال يجب تعزيز نجاح ثورة المعلومات، ولن يقوم هذا النجاح على الإنجازات التكنولوجية، وإنما على الإنجازات البشرية. وثانياً، يمثل التوسع السريع للتجارة الإلكترونية الترجمة الاقتصادية لظهور مجتمع معرفي، وهو مجتمع يزداد فيه اعتماد النمو والتنمية والعمالة وتحسين الظروف المعيشية على المعلومات، والتعليم، والموارد البشرية.

وتنشأ ظاهرة التجارة الإلكترونية بوصفها عملية تقطير لجميع المخاطر والمزايا التي قد تنجم عن العولمة. ولا يزال من السابق لأوانه بكثير تحديد ما إذا كانت ستوسع الفجوة بين الحائزين للمعلومات وغير الحائزين لها أو ستضيق هذه الفجوة. غير أنه من الواضح أن قدرة المؤسسات (ولا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم) من البلدان النامية على استخدام التجارة الإلكترونية ستمثل مقوماً رئيسياً من مقومات مجتمع معرفي حقاً.

#### باء- العروض

- برونو لانفان، "تبادل التجارب فيما بين شركاء غير متساويين"
- بن بترازيني، "لمحة عن أنشطة التجارة الإلكترونية في الاقتصادات الناشئة"
- خافيي باكيرو، "التجارة الإلكترونية"
- الدكتور لاليث غاماج، "التاجر في المجال السيبرني: The E-Business Centre@EDB"

- كريس جيبسون، "أسماء النطاق والمؤسسات التجارية"
- إزومي أيزو، "حكم الإنترنت: هل من المحتمل فعلاً أن ينجح هذا الكيان العالمي؟"
- روزا ديلغادو، "هياكل القوة في شبكة الإنترنت وفي التجارة الإلكترونية: نظام اسم النطاق"
- تيد جونسون، "PEOPLink: النجاح الذي حققته منظمة غير هادفة للربح تقوم بتسويق حرفة يدوية نيابة عن حرفيين شعبيين، والعقبات التي تواجهها"
- ني كواينور، "تنمية الإنترنت في غانا"
- شاشانك كنسال، "تخفيض تكلفة التجارة الإلكترونية: الوقائع والفرص"
- جوديث باين، "ماذا يتاح اليوم لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في البلدان النامية على النجاح في مجال التجارة الإلكترونية"
- عبد الوهاب باكري، "تجارب شركة Co.Bu.Co الدولية في مجال التجارة الإلكترونية"
- جيمس كينيا، "المؤسسات التي تستخدم التجارة الإلكترونية: قصص النجاح والعقبات"

### المرفق الثالث

#### الحضور

١- حضر حلقة العمل سبعة وثلاثون خبيراً من الدول التالية الأعضاء في الأونكتاد:

|                           |                            |
|---------------------------|----------------------------|
| الاتحاد الروسي            | الصين                      |
| إكوادور                   | فرنسا                      |
| إندونيسيا                 | الفلبين                    |
| البرازيل                  | فنزويلا                    |
| بنغلاديش                  | فييت نام                   |
| بنن                       | كوبا                       |
| بيرو                      | كوت ديفوار                 |
| تركيا                     | مصر                        |
| تونس                      | المملكة العربية السعودية   |
| الجمهورية العربية الليبية | المملكة المتحدة            |
| الجمهورية التشيكية        | الولايات المتحدة الأمريكية |
| سري لانكا                 | اليابان                    |
| سويسرا                    |                            |

٢- وحضر جلسات حلقة العمل أحد عشر ممثلاً من الوكالات والمنظمات التابعة لمنظومة الأمم المتحدة ومن المنظمات الحكومية الدولية.

٣- وشارك فيها ثلاثة وعشرون خبيراً آخر.

#### الحواشي

(١) انظر قائمة الحضور الواردة في المرفق الثالث.

(٢) انظر برنامج العمل الوارد في المرفق الأول.

(٣) يمكن الاطلاع على هذه العروض على موقع الأونكتاد على شبكة "الويب" على العنوان التالي:

www.unctad.org/en/special، أو عن طريق الاتصال بالسيد برونو لانفان، رئيس قسم التجارة الإلكترونية في  
شعبة الهياكل الأساسية الخدمية لأغراض التنمية والكفاءة في التجارة التابعة للأونكتاد، على عنوان البريد الإلكتروني  
التالي: bruno.lanvin@unctad.org.