

بيان صحفي

حظر

لا يسمح باقتباس محتويات هذا البيان الصحفي والتقارير المتصل به أو تلخيصها في الصحافة أو الإذاعة أو وسائل الإعلام الإلكترونية قبل يوم 20 تشرين الثاني/نوفمبر 2001، الساعة 17/00 بتوقيت غرينتش

TAD/INF/PR35

20 تشرين الثاني/نوفمبر 2001

من بيع الخراف إلى نقل الأشرطة:

دلالت على مستقبل زاهر لتلقيه التجارة الإلكترونية في الدول النامية، حسب التقرير الجديد الذي أصدرته الأونكتاد.

ملاحظة من المحررين⁽¹⁾: يُرجى العلم بأن هنالك بيان صحفي متوفر حول التجارة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد.

"خراف كبيرة" ، بعدنا موقع على الشبكة العالمية: www.Ethiogift.com - "خروف وزنه 35 كلغ (مضمون) للاحتفال مع عائلتك (97 دولار) - ويظهر على هذه الصفحة من الشبكة صورة لخروف أبيض وبني. Ethiogift ، "خدمة تسليم للهدايا في إثيوبيا بواسطة شبكة الكمبيوتر"، مثال فريد من نوعه لمغامرة تجارية إلكترونية مركزها بلد نام يقوم بأعمال ناجحة مع زبائن في البلدان الصناعية. وهذه الشركة وغيرها من الشركات المثيلة تستغل فكرة التجارة الإلكترونية لخلق مجالات عمل ناجحة، كما أنها تساهم في الوقت نفسه في تنمية اقتصاد البلد، وذلك حسب تقرير التجارة الإلكترونية والتنمية لعام 2001، الذي نشرته اليوم الأونكتاد.

(1) يمكن الحصول على تقرير التجارة الإلكترونية والتنمية لعام 2001 (رقم المبيع E.01.II.D.30, ISBN 92-1-112541-3 بسعر اللانحة البالغ 40 دولاراً من دولارات الولايات المتحدة أو بسعر خاص قدره 15 دولاراً في البلدان النامية والاقتصاديات الانتقالية، من www.un.org/publication; United Nations Publications Sales Section, Palais des Nations, CH-1211 Geneva 10, Switzerland, tel: +41 22 907 2606/2613, fax: +41 22 917 0027, e-mail: unpubli@unog.ch أو من www.un.org/publication; United Nations Publications, Two UN Plaza, Room DC2-853, New York, NY 10017, USA, tel: +1 212 963 83 02 or +1 800 253 96 46, fax: +212 963 34 89, e-mail: publications@un.org

تقدم شركة Ethiogift ، التي تعمل في أديس أبابا، خدمة تسليم ضمن إثيوبيا خلال 48 ساعة، لأنواع مختلفة من البضائع والهدايا والخراف والحلويات والأزهار والكحول، ويتم الدفع بواسطة بطاقات اعتماد مركزها ملقم متعدد المنافذ في كندا. يستهدف الموقع على الشبكة العالمية الأفراد الإثيوبيين المشتتين في أوروبا وفي الولايات المتحدة الأمريكية، ومؤسسها رجل إثيوبي حامل شهادة دكتوراه في علوم الكمبيوتر. وكان دخلها الإجمالي للسنة الماضية 50,000 دولارا.

وهذه التجارة وغيرها من فرص العمل - مثل السياحة وتجارة السلع مباشرة على الشبكة وخدمات الاتصالات - قد تبقى إلى حد كبير محدودة بسبب عدم قدرة البلدان النامية على توفير طرق دفع مضمونة مباشرة على الشبكة، وبسبب عدم وجود خدمات كافية مساندة للتجارة المباشرة، مثل التأمين والمعلومات حول التجارة والمواصلات. ولكن الإنترنت قادر على مساعدة هذه البلدان على تخطي بعض هذه الصعوبات. فهو يوفر إمكانية الوصول إلى شركات جديدة موردة رقيقة المستوى، وبذلك تبنى الشركة على أسس منافسة أفضل. وهذه الطريقة جيدة خاصة للشركات الصغيرة لأنها تخفف من اقتصاديات الموازنة وتقلل من التكاليف الثابتة، حسب ما ورد في التقرير.

إن دور الإنترنت في تسهيل الاتصالات يخلق فرص جديدة لتوريد الأعمال إلى البلدان النامية. وبوجود مقاهي الإنترنت "Internet Café"، وأجهزة الهاتف الخليوي في بعض أجزاء العالم النامي، حيث لا تتوفر خدمات لخطوط هاتف ثابتة أو حتى مراكز لتوزيع الكهرباء، تقوم التجارة الإلكترونية بالعمل كوسيط للتنمية. ولا تقتصر فوائدها على الأرباح المباشرة للتجار المحليين فقط، بل تمتد إلى آفاق أكبر لتشمل إصلاحات طويلة المدى في مجالات الثقافة والصحة والتوظيف في البلدان الفقيرة.

خدمات الاتصالات: فرص كبيرة لأقل البلدان نموا

في بنغلادش، أحد البلدان التسعة والأربعين الأقل نموا في العالم، تعمل شركة "Technosoft" "Transcription"، على نقل ملفات وسجلات المرضى بطريقة صوتية عبر الشبكة لأطباء في الولايات المتحدة الأمريكية. وتوظف هذه الشركة، التي تأسست منذ عامين، 21 شخصا ملمين بالعبارات الطبية والكمبيوتر والطباعة وقادرين على تفهم ثقافة وأنظمة الشعب الأمريكي. وتستخدم الشركة منظمة تسويق في الولايات المتحدة الأمريكية لتأمين عقودها، وهي حاليا الشركة الوحيدة في بنغلادش التي تعقد مباشرة صفقات مع زبائن في الولايات المتحدة الأمريكية. تحصل الشركات الأخرى على عقود مقاوله من الهند. فيرسل الزبائن ملفاتهم الصوتية التي تحتوي على مقتطفات من سجلات المرضى، إلى ملقم في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم شركة "تكنوسوفت" بتحميل الملف مع وعد بالرد خلال 24 ساعة. تتوقع الشركة إيراد إجمالي يبلغ 200,000 دولارا هذه السنة، بينما تقدر بنغلادش إيراد يصل إلى 300 مليون دولار سنويا ببلوغ عام 2008.

وفي الوقت نفسه، حصلت لتوها شركة خدمات اتصالات غير فورية في غانا على عقد لتعقب طلبات حقوق لشركة تأمين أمريكية، مما سيخلق 4000 وظيفة جديدة في غانا. أما في مقهى "Café Informatique"، في توغو، وهو مركز لخدمات اتصالات مباشرة وغير مباشرة، فيقوم الموظفون الثابتون وعددهم 60 بأعمال تسويق وترجمة وتحليل قاعدة البيانات لزبائن في أماكن بعيدة تصل إلى جنيف.

إن فوائد هذا النوع من خدمات الاتصالات غير المباشرة لدى الشركات في أقل البلدان نموا - مثل خدمات نسخ وإدخال بيانات وتطوير برامج الكمبيوتر وصيانة الملقم عن بعد، وتطوير الشبكة وخلق قاعدة بيانات، وترقيم الملفات القديمة، مثل "المخططات الأولية"، والترجمة والنشر - لا حدود لها، حسب تقرير الأونكتاد. وهذا يعود بشكل خاص للفرق الشاسع بين الدخل الفردي في أقل البلدان نموا (20 دولارا في الشهر، تصل إلى 50 دولارا للحاصلين على شهادات تخصص عالية)، وبين الدخل الفردي في البلدان النامية (الذي يتراوح بين 2000 و 10,000 دولار لنفس الوظيفة). وبالإضافة إلى ذلك، تناسب خدمات الاتصالات غير المباشرة أقل البلدان نموا أكثر من خدمات الاتصالات المباشرة، بسبب عدم توفر نظام اتصالات وقوانين من الممكن الاستناد عليها في هذه البلدان، حسب ما ورد في التقرير. ويحدد التقرير في بحث أجرته الأونكتاد على 16 شركة في 10 بلدان تعد من أقل البلدان نموا تستخدم طريقة التجارة الإلكترونية أن بعض قطاعات التجارة الإلكترونية التي قد تخلق فرصا جديدة للتوسع هي القطاعات التي لا تعتمد كثيرا على النقل. حيث تصل تكاليف النقل في العديد من أقل البلدان نموا والبلدان المنعزلة إلى 40% من مجموع كلفة التصدير، ويمكن استخدام التجارة الإلكترونية في التقليل من أهمية المسافات في الاقتصاد.

ويجادل التقرير أيضا بأن الأعمال التجارية التي تتم فيما بين الشركات ستلعب دورا محوريا في أسواق البلدان النامية عامة. فلا زالت حصة البلدان النامية في هذا النوع من الصفقات ضئيلة حتى الآن، ولكن هناك فرص لها للتقدم في قطاعات مثل السفر والسياحة وتسويق السلع الأولية. حيث سيكون أكثر من 80% من صفقات التجارة الإلكترونية فيما بين الشركات في السنوات القادمة، وستكون هذه النسبة أعلى في أقل البلدان نموا - خاصة إذا كانت التجارة العالمية مشتركة فيها، لأن التجارة المحلية فيما بين الشركات لن تتمكن من الوصول إلى مستويات مهمة في أقل البلدان نموا.

وهناك بالطبع مصاعب أخرى لا علاقة لها بضعف النظام أو النقص بالتكنولوجيا المعلوماتية أو القوانين أو طرق الدفع أو المصادر الحسابية. ويفسر التقرير أن " أهم مشكلة تعاني منها الشركات في أقل البلدان نموا عندما تشرع في التجارة الإلكترونية، ليست التكنولوجيا بل الحاجة إلى تغيير طرق التعامل والتتقيف التجاري"، وذلك لأن المعلومات في الاقتصاد الرقمي تتدفق بسرعة أكبر وفي اتجاهات متعددة مما يجعل اتخاذ القرارات غير مركزي. وبالتالي يتوجب على العاملين أن يكونوا قادرين على القيام بعدد أكبر من الأعمال. "ويمثل هذا تحد جديد للعديد من البلدان النامية والاقتصاديات في المرحلة الانتقالية، حيث يكون مفهوم السلطة التقليدي والتدرج في المراتب قد ترسخ بعمق، فتتطلب المنافسة في الاقتصاد الرقمي قوى عملية مجهزة بالمهارة التي تجعلها تتقن التغييرات بدلا من المعاناة منها".

التجارة الإلكترونية الواعدة

ويبدو أن القوى العملية الحديثة الرقمية في البلدان النامية بدأت منذ مدة طويلة إتقان المنافسة في مجال واحد في التجارة الإلكترونية: السياحة، التي تكون مجرد معلومات في مرحلة البيع. إن السياحة وتجسدها في الإنترنت، المسماة غالبا بالسياحة الإلكترونية، هي أسرع مجالات التجارة الإلكترونية نموا. وقد تضاعفت في العام الماضي نسبة عمليات حجز السفر عن طريق الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا لتبلغ قيمتها 15,5 بليون دولارا، فتعدت بذلك مبيعات الأجهزة والإلكترونيات مباشرة بواسطة الاتصال الإلكتروني، والتي كانت تحتل سابقا المركز الأول في التجارة الإلكترونية. فمثل قطاع السفر والمواصلات وحجز الفنادق في عام 1999، أكبر نسبة مبيعات عن طريق التجارة الإلكترونية ليبلغ 38,5% من مجموع المبيعات التي بلغت قيمتها 64 بليون دولارا، وبذلك تكون السياحة والسياحة الإلكترونية عاملين مهمين أيضا في البلدان النامية، لأنهما يخلقان مدخولا للبلدان عن طريق خلق الوظائف ودر العملات الأجنبية. وتمثل السياحة حسب تقديرات الأونكتاد نصف نسبة التجارة الإلكترونية على الأقل في تلك البلدان، وتعد أهم قطاع في التجارة الإلكترونية. وتمتلك البلدان النامية حاليا حصة نامية في سوق السياحة العالمية، تبلغ 29% من مجموع نسبة السياحة العالمية، لكن حصتها 3% فقط من السوق المباشرة على الإنترنت والتي تتضمن السياحة المحلية والعالمية، أي تتراوح قيمة مبيعاتها بين 0,4 و0,5 بليون دولارا، حسب تقرير الأونكتاد. وبإمكان حصتها أن تبلغ 5 بليون دولارا، لكن إمكانياتها الحالية لتحصيل أكثر من 10% من هذا المبلغ محدودة - وذلك بشكل خاص لعدم توفر أجهزة الكمبيوتر وعدم وجود تسهيلات دفع فورية على الإنترنت بواسطة بطاقات الاعتماد. ويقال أن بعض الشركات تنظم طرق دفع شبه قانونية ببطاقات الاعتماد عن طريق مكاتب أنشأتها في مواقع إقليمية أو في البلدان المتقدمة، عن طريق صفحة على شبكة العالم، وذلك في الحالات التي لا تستطيع البنوك المحلية فيها توفير خدمات حسابات بطاقات اعتماد على الإنترنت. وبذلك تحبط هذه الشركات السياحية مساعي النظام المحلي، وتمنع دخول الأرباح والعملات الأجنبية التي بها تتحسن حالة الاقتصاد في هذه البلدان النامية.

ولكن حقيقة وجود أكثر مستهلكي السياحة في البلدان المتقدمة التي تملك أنظمة حسابية وتكنولوجيا حديثة، يخفف من نسبة العوائق التي تواجهها بعض الجهات في البلدان النامية في تأمين تسهيلات حجز سياحية مباشرة على الإنترنت.

الهيئات التسويقية في الجهة المقصودة - التي تتألف غالبا من شراكه بين فروع سياحية مختلفة (مثل شركات الطيران والفنادق والمراكز السياحية ومنظمي الرحلات)، ومن لجان حكومية للسياحة - وهذه المنظمات قوة نامية في الصناعة السياحية عالميا، المباشرة وغير المباشرة، فهي تساعد الجهات السياحية المقصودة على ترويج "منتجاتها"، وعلى اكتساب زبائن وتواجد في السوق. وقد تكون هذه المنظمات أساسية لنجاح مساعي السياحة الإلكترونية في البلدان النامية، فتساعد السياحة الوطنية على تجنب الوساطات مثل الموزعين وبائعي الجملة، وعلى المنافسة في السوق المباشرة على الإنترنت، مما يقد يوفر اتصالات ومعلومات ومساعدات تسد حاجات المستهلك الذي يعقد صفقات الكترونية مباشرة في البلدان المتقدمة، الأمر الذي يتطلب مشاركة كاملة في أعمال تجارية تتم فيما بين الشركات.

وهناك مثالان ناجحان عن السياحة الإلكترونية، كلاهما يستغلان مثل هذا النوع من الأعمال التجارية فيما بين الشركات في البلدان النامية هما Asiatravel mart.com و Lakbay.net.

وتلعب Asiatravelmart.com، التي تعتبر نفسها " السوق الأولى للسياحة المباشرة على الإنترنت في آسيا" دورين، أحدهما كعامل في نظام حجز السفر بواسطة الإتصال الإلكتروني والثاني كوسيط للدفع المضمون في التجارة الإلكترونية. فتقوم بتحصيل الأموال من المشترين من قبل البائعين، مما يمكن الأفراد والزبائن في العالم من التعامل مع 43,000 شركة سفر ووكلاء سياحة من 200 بلد، لتأمين دخل إجمالي يصل إلى 110,000.

وخلفت شركة Kalakbayan Travel Systems.ink نظاما وطنيا لحجز السفر عن طريق الإنترنت هدفه تزويد المسافر بمعلومات دقيقة عن السفر في الفلبين وتسهيلات للحجز والدفع. وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يجمع بين موقع على الشبكة العالمية والتجارة ما بين شركة ومستهلك وشركة وأخرى ليوفر بابا لمنتجات السياحة وخدمات إلكترونية لجماعة التجار، منها نظام للحجز وتسهيلات دفع إلكترونية وتسويق غير مباشر عبر قناة التلفزيون Lakbay TV. لاكباي رائدة في مفهوم التكنولوجيا المناسبة- فتستخدم التكنولوجيا المناسبة لكل فرد، مثل خدمة المراسلة المختصرة، وخدمة المراسلة الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات الغير مباشرة.

التجارة الإلكترونية في الصين: زيادة إلى منظمة التجارة الدولية WTO لتعزيز "سوق واعدة"

إن للصين إمكانيات كبيرة للازدهار في التجارة الإلكترونية، كما لاحظت الدولة. فتطور أنظمة الاتصالات والتكنولوجيا المعلوماتية عامة كان من أهدافها الأهم، وهو جزء من استراتيجية الوطن للتنمية الهادفة إلى توسيع مجالات الاقتصاد وزيادة الاستثمار الخارجي. وقد نجحت هذه الخطة: فبلغت محاصيل الصفقات التجارية الإلكترونية العام الماضي في الصين 9,33 بليون دولار، 90% منها في أعمال تجارية تتم فيما بين الشركات، بالإضافة إلى 800 موقع على الشبكة للتسوق الفوري، و300 ملقم خدمات إنترنت و 1000 موقع. وكما تضاعف عدد مستخدمي الإنترنت بين عامي 1997 و 2000 كل ستة أشهر، ليبغ في شهر كانون الثاني/يناير الماضي 22,5 بليون، وهي زيادة أسرع من الزيادة التي تلاحقها الهند وماليزيا وتايلاند. وازداد كذلك عدد حاملي أجهزة التلفون الخليوي في الصين بين عامي 1996 و 2000 بشكل كبير وبنسبة معدلها 88% سنويا.

ولكن استخدام الإنترنت والتلفون الخليوي في الصين لا زال ضعيفا نسبيا: 2% فقط من السكان يستخدمون الإنترنت، و 6,7% فقط يملكون أجهزة هاتف خلوي. "لا زالت التجارة الإلكترونية في مرحلة الطفولة"، حسب تقرير الأونكتاد حول التجارة الإلكترونية، وتمثل الصفقات 0,87% فقط من مجموع الصفقات في العالم (بينما تبلغ النسبة 2,4% في الولايات المتحدة). وزيادة في النمو تقتضي إزالة بعض العوائق، معظمها شبيهة بالمشاكل التي تواجهها البلدان النامية عامة. وبعض هذه المشاكل هي كلفة مرتفعة وخدمات محدودة للإنترنت، ونقص في نظام الدفع ببطاقات الاعتماد، وخدمة توصيل بطيئة، وشبكة غير مضمونة، بالإضافة إلى عدم توفر معلومات كافية عن فوائد التجارة الإلكترونية واستراتيجيتها.

رغم ذلك، تشير الدلائل إلى مستقبل جيد للتجارة الإلكترونية في الصين، خاصة بعد انضمامها إلى منظمة التجارة العالمية، حيث تعهدت بتحرير قطاعات خدمات الاتصالات والاستثمار "سيقوي نمو التجارة الإلكترونية"، كما تنبأت الأونكتاد في تقريرها اليوم. "إن دخول الصين إلى منظمة التجارة العالمية سيفتح السوق للاستثمار الخارجي وسيخلق جو منافس، مما يخفف من تكاليف الوصول إليها ويحسن نوعية الخدمات. وسيوفر ذلك أيضاً مجالات تعاون مع الشركات الصينية، مما يؤدي إلى تبنيها نظام ممارسة التجارة الإلكترونية". أما بالنسبة إلى خدمات الاتصالات، بما فيها الإنترنت والتجارة الإلكترونية، فإن سوق الصين الكبيرة "جذاب وواعد"، يقول التقرير، علماً أن دور القطاع الخاص سيكبر أيضاً فاتحا للدولة مجالاً لتلعب دوراً مهماً في التجارة الإلكترونية، وهو نجاح يوازي نجاحها في التجارة الدولية".

ولا يوجد خلاف على ما تشكله التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا المعلوماتية من أهمية في اقتصاد البلدان النامية، وإذا تمكنت هذه الدول من مماشاة الدول المتقدمة ستكون الفوائد أكبر، لتمتد إلي ما وراء الاقتصاد والتصدير، وإلى قطاعات مثل الصحة والطب عن طريق الاتصالات والدراسة عن بعد وإدارة القطاع العام (مثل الانتخابات بواسطة الكمبيوتر) وخلق الوظائف.

وقد ورد في تقرير الأونكتاد نقطة تحذير: "لا الكمبيوتر وحده ولا الإنترنت كفيل بأن يجعل دولة أو شركة أكثر إنتاجية من غيرها". لكن التقرير نفسه يوجه في نفس الوقت رسالة متفائلة:

"إن تأثير ثورة الإنترنت الإيجابي لا يقتصر فقط على التكنولوجيا العالية والقطاعات المعلوماتية، بل أيضا على التنظيم الكامل للاقتصاد المعيشي، فيتدفق بشكل أسرع في معظم فروع الاقتصاد مفسحا لبلدان النامية فرصة أكبر لتقاسم فوائده بصورة أسرع مما كان عليه الحال في الثورات التكنولوجية السابقة".

يمكن الاطلاع أيضاً على هذا البيان الصحفي على العنوان التالي في شبكة الإنترنت:

<http://www.unctad.org/en/press/pressref.htm>

Jean Gurunlian, Director, Division for Services للمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بالسيد
Infrastructure for Development and Trade Efficiency, tel: +41 22 907 5544, fax: +41 22
Alessandra Vellucci, Press Officer, tel: +41 22 907 0052, أو بـ e-mail: jean.gurunlian@unctad.org
22 907 4641, fax: +41 22 907 0043, e-mail: Press@unctad.org