

ملاحظات موجزة حول المحاضرة المتميزة بعنوان:

## "التجارة الإلكترونية: البُعد الخاص بالسياسة التجارية في إطار منظمة التجارة العالمية" (لمحة سريعة عن التجارة الإلكترونية في مصر)

الاثنين ١١ سبتمبر ٢٠١٧، من الساعة العاشرة صباحاً وحتى الثانية عشرة ظهراً

**المتحدث:**

أ. عبد الحميد ممدوح، منظمة التجارة العالمية

**مدير الجلسة:**

د. عبلة عبد اللطيف، المدير التنفيذي ومدير البحوث، المركز المصري للدراسات الاقتصادية

**رئيس الجلسة:**

م. طارق توفيق، نائب رئيس مجلس الإدارة، المركز المصري للدراسات الاقتصادية

### أهم ما جاء في كلمة المتحدث

- التجارة الإلكترونية لا تختلف عن التجارة التقليدية، فما هي إلا تطور رقمي للتجارة التقليدية باستخدام وسائط تكنولوجية متطورة.
- تتفق القواعد والأطر القانونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية مع معظم تلك الخاصة بالتجارة التقليدية في إطار منظمة التجارة العالمية على وجه الخصوص في تجارة السلع (مع بعض الأمور العالقة) وحماية الملكية الفكرية، ولكن الاختلاف يأتي فيما يخص تجارة الخدمات على النحو المبين فيما يلي:
  - **التجارة السلعية:** جميع القواعد المطبقة على المنتج تسري، ولكن تبقى بعض القضايا المطروحة مثل الحد الأدنى للتعريفات الجمركية، إجراءات الجمارك والإفراج الجمركي، سياسة الاسترجاع أو الرد، بالإضافة إلى أسلوب تجميع الضرائب (يتم بشكل جماعي وليس لكل طرد بالنسبة لشركات التوصيل).
  - **حماية الملكية الفكرية:** كل ما ورد عن حماية الملكية الفكرية ركز على حقوق المؤلف في المنتجات الصوتية والمرئية بالذات، ويصب النقاش في ضوء التجارة الإلكترونية على كيفية التنفيذ أو التطبيق.
  - **تجارة الخدمات:** تختلف التجارة الخدمية عن السلعية في كون الأخيرة منظورة بينما تجارة الخدمات ليست منظورة. لذلك أتي التشريع لينظم المنتج (product) في حالة التجارة السلعية والمنتج (producer) في حالة الخدمة.
- يشهد العالم طفرة في استخدام الوسائط التكنولوجية، حيث تشير الاحصاءات إلى أن ٥٠% من سكان العالم لديهم تواصل عبر الإنترنت، وأن ٣٧% من جملة تعداد العالم لديهم حساب في مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أن ٦٦% من جملة السكان يستخدمون التليفون المحمول للدخول على الإنترنت، ويشكل مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي عبر المحمول حوالي ٣٤% من جملة سكان العالم.
- أدت هذه الطفرة التقنية إلى زيادة المعاملات التجارية باستخدام التكنولوجيا، فوفقاً للمنتدى الاقتصادي العالمي، كل دقيقة تمر تحمل في المتوسط أكثر من ٧٥٠ ألف دولار قيمة مشتريات إلكترونية.
- تمثل التجارة الإلكترونية فرصة للبلاد النامية لدعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة لاقتحام أسواق جديدة، بالإضافة إلى تنمية المناطق النائية والريفية.
- بالنسبة للحالة المصرية، بلغت نسبة انتشار الهواتف الثابتة ٧% فقط مقابل نسبة ١١٣% للهواتف المحمولة. وقد أصبحت الهواتف المحمولة الآن بمثابة كمبيوتر متنقل.

- لا يزال الدفع النقدي هو السمة الغالبة على المعاملات التجارية الإلكترونية في مصر من خلال نظام الدفع عند التوصيل .cash on delivery.
- لابد من توافر عدد من العوامل لخلق البيئة المحفزة للتجارة الإلكترونية
  - أولاً: البنية الأساسية سواء الرقمية لدعم التواصل والدفع الإلكتروني، أو البنية المادية من حيث الطرق واللوجستيات، فالسلع المباعة من خلال التجارة الإلكترونية يتم نقلها بالطرق التقليدية. ويعتبر التواصل المادي أساس الاتفاقات التجارية بين الدول وهو أبرز العوامل التي حالت دون تنفيذ العديد منها خاصة بين الدول الأفريقية. وداخليا، وهو يعتبر مسئولية العديد من الجهات.
  - ثانياً: منظومة متكاملة من السياسات والتشريعات واللوائح التنفيذية لضمان التعامل الآمن من حيث:
    - وسائل الدفع الإلكتروني،
    - حماية المستهلك والتعامل مع السلع المرتجعة،
    - ضمان خصوصية وسرية بيانات العملاء.

### أهم ما جاء في النقاش

- توجد شروط مسبقة لنجاح التجارة الإلكترونية في مصر مثل الاعتراف بالتعاقدات الإلكترونية
- يجب إعادة تقسيم الأدوار بين الوزارات في مصر، فالتجارة مقسمة بين وزارتين الشق الخارجي مع الصناعة والداخلي مع التموين، ولكن يجب أن يكون هناك وزارة واحدة مختصة بالشقين. كما يجب تحديد دور وزارة الاتصالات في هذا الشأن.
- تتضمن مسودة مشروع قانون حماية المستهلك الجديد عدة مواد عن التجارة عن بعد والتي تعتبر التجارة الإلكترونية جزءاً منها، وتأتي كتعويض عن الفراغ التشريعي في هذا المجال وهو ما يشير إلى مشكلة أخرى وهي تناول التشريعات فرادى وليست مجتمعة فيحدث بينها تداخل يؤدي إلى تضارب بين الجهات.
- هناك صلة وطيدة بين التجارة الإلكترونية والشمول المالي والكفاءة الضريبية، فالتجارة الإلكترونية تعالج المشكلات الناتجة عن القطاع غير الرسمي. لهذا يمكن استغلال بعد الحصيلة الضريبية لتشجيع الحكومات على تبني نظم ميسرة للتجارة الإلكترونية.
- حجب الصين لبعض المواقع الإلكترونية قصر التجارة الإلكترونية على الداخل الصيني ومنع التجارة الدولية.