

مسودة توصيات السياسة لجلسة تبادل وجهات النظر لدورة الكومسيك التاسعة والثلاثين حول "تحسين قدرات التجارة الإلكترونية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي"

قررت دورة الكومسيك الثامنة والثلاثون أن يكون "تحسين قدرات التجارة الإلكترونية للبلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي" هو الموضوع الرئيسي لجلسة تبادل وجهات النظر في دورة الكومسيك التاسعة والثلاثين، وطلبت من مجموعة عمل الكومسيك المعنية بالتجارة TWG التوصل إلى توصيات سياسية ملموسة حول هذا الموضوع، وتقديم تقرير عنها إلى دورة الكومسيك الوزارية التاسعة والثلاثين.

إلى جانب القضايا المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، تتضمن مسودة وثيقة توصيات السياسة التحديات وخيارات السياسة الممكنة لتحسين قدرات التجارة الإلكترونية في البلدان الأعضاء. في هذا الإطار تمت صياغة التحديات والمشكلات والتوصيات التالية في ضوء الأبحاث التي أجريت حول هذا الموضوع.

A- تحديات تحسين قدرات التجارة الإلكترونية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

بينما توفر التجارة الإلكترونية فرصاً كبيرة للبلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة في هذا المجال، فإنها تحمل أيضاً مخاطر بالنسبة للبلدان التي تحتاج إلى اتخاذ المزيد من الخطوات لتحسين هذه الصناعة. على الرغم من أن بعض البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي قد حققت تقدماً كبيراً في مجال التجارة الإلكترونية، فإن الغالبية العظمى من البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي ما زالت تواجه تحديات مختلفة في تطوير قدراتها في مجال التجارة الإلكترونية. وفيما يلي أبرز التحديات التي تواجهها الدول الأعضاء:

- صعوبات التكيف مع التحول الرقمي السريع التطور.
- ضعف الإطار القانوني والتنظيمي، وعدم كفاية البنية التحتية الرقمية في مجال التجارة الإلكترونية.
- عدم كفاية الجودة ومشاكل العلامة التجارية، والخسائر الضريبية، وزيادة النشاط غير الرسمي بسبب الانتشار السريع لوسائل التواصل الاجتماعي وزيادة التجارة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- انخفاض الميزة التنافسية للشركات المحلية في بلدانها الأصلية بسبب التطور السريع في الأسواق الإلكترونية الدولية والساحة الرقمية.
- ضعف التشريعات والممارسات بشأن قضايا تشمل الدفع الإلكتروني، وحماية المستهلك، والملكية الفكرية، والأمن السيبراني، والخصوصية الشخصية، وحماية البيانات.
- محدودية القدرات المؤسسية فيما يتعلق بإعداد وتنفيذ ومراقبة القوانين والاستراتيجيات والبرامج المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
- عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات، مثل ضعف جودة الشبكة وجودة سرعة الإنترنت وتكلفة الإنترنت وعرض النطاق الترددي.
- نقص الموارد البشرية المؤهلة والخبرة اللازمة للاستفادة منها في قطاع التجارة الإلكترونية.
- غالبية البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي متأخرة في تيسير التجارة والتصنيفات اللوجستية.
- عدم كفاية مجموعات البيانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ومحدودية المعلومات التي تم تحليلها ومشاركتها.
- محدودية الوعي وضعف الرؤية حول التجارة الإلكترونية بين رواد الأعمال المحتملين.
- انعدام الثقة في النقود الرقمية والتجارة الإلكترونية من حيث حماية المستهلك ومسؤولية الوسيط والخصوصية وحماية البيانات.

ب - توصيات السياسة لزيادة قدرات التجارة الإلكترونية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

تعزيز الرقمنة

- 1- إنشاء بوابة معلومات التجارة الإلكترونية لمنظمة التعاون الإسلامي، حيث ستتمكن الشركات في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي من الحصول على معلومات عن الأسواق في البلدان الأخرى.
- 2- تزويد شركات التجارة الإلكترونية بفرص مادية وعبر الإنترنت، حيث يمكنهم الحصول على معلومات حول الحوافز والأسواق والضرائب وحقوق المستهلك وأمن البيانات وأمور أخرى.
- 3- تحسين بيئة التجارة الإلكترونية من خلال المراقبة والترخيص الفعال لمنصات التجارة الإلكترونية واعتماد شركات التجارة الإلكترونية على هذه المنصات.
- 4- تعزيز فعالية تقديم الخدمات العامة لجمع الخدمات الحكومية بشكل فعال على منصات الحكومة الإلكترونية.

الإطار القانوني والتنظيمي السليم

- 1- تطوير بيئة قانونية وتنظيمية للتجارة الإلكترونية / التجارة الرقمية من خلال التدابير القانونية والتنظيمية في مجالات حماية المستهلك ومسؤولية الوسيط والخصوصية وحماية البيانات وما إلى ذلك.
- 2- مراعاة الالتزام باللوائح الدولية لتسهيل المعاملات التجارية الدولية، مثل MLETR (القانون النموذجي بشأن السجلات الإلكترونية القابلة للتحويل).
- 3- تعريف وتصنيف التجارة الإلكترونية بهدف تطوير فهم مشترك حول هذا الموضوع في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي.
- 4- تشجيع نقل المعرفة التقنية من خلال تبادل المعلومات/الوثائق بشكل مباشر، والدورات التدريبية، وورشات العمل، وبرامج تبادل الموظفين في مجال التجارة الإلكترونية بين البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي.
- 5- تشجيع البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي على تطوير استراتيجية وطنية متعددة السنوات لتجارة إلكترونية مجدية ومحددة زمنياً.
- 6- تشجيع البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي على تحديد المؤسسات المختصة المسؤولة عن تطوير النظام البيئي للتجارة الإلكترونية وإنشاء آليات تنسيق فعالة.

الأنشطة الترويجية والحوافز

- 1- تعزيز أنظمة الدفع عبر الإنترنت بين الجمهور ورواد الأعمال من أجل تطوير نظام بيئي للتجارة الإلكترونية مع استخدام ضمانات الحماية والتخفيضات الضريبية والمزايا على المدفوعات النقدية مثل الخصومات والأقساط.
- 2- تقديم الدعم والحوافز الحكومية لتشجيع ريادة الأعمال الحالية في مجال التجارة الإلكترونية ومنع الاقتصاد غير المسجل (على سبيل المثال، منع شركات التجارة الإلكترونية من بيع البضائع دون فواتير).

- 3- وضع اللوائح التشريعية وتقديم الدعم الحكومي والحوافز للأشخاص الذين وصلوا إلى مستوى معين في التجارة الإلكترونية (مثل أولئك الذين يبيعون أكثر من 20 وحدة شهرياً أو أكثر من 5000 وحدة بالعملة المحلية) ليصبحوا شركات مسجلة.
- 4- تعزيز تطوير التجارة الإلكترونية بين معاملات الشركات B2B / التجارة الرقمية (مثل تنظيم المعارض والمنتديات والتدريب على معاملات الشركات B2B، ودعم المشاركة في المعارض والشركات القطرية في منصات B2B الدولية، وتوفير الدعم للخدمات اللوجستية.
- 5- إطلاق برامج الدعم والحوافز لرفع مستوى الوعي وتحسين مهارات ريادة الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية، وخاصة لدى شرائح المجتمع المتخلفة.
- 6- تطوير مهارات العمل من أجل تحسين القدرة التنافسية لشركات التجارة الإلكترونية / التجارة الرقمية من خلال التدريبات على العلامات التجارية والمؤسساتية، ومهارات الأعمال على وسائل التواصل الاجتماعي، وعرض المنتجات على منصات التجارة الإلكترونية العالمية، والمبيعات الناجحة.

دعم تطوير البنية التحتية

- 1- توفير بنية تحتية عالية الجودة (مثل الإنترنت والوصول عبر الهاتف المحمول وما إلى ذلك) بأسعار في متناول الجميع بهدف تعزيز النظام البيئي للتجارة الإلكترونية/التجارة الرقمية.
- 2- دعم وحدات التجارة الإلكترونية/الدفع الرقمي والشراء والتتبع باستخدام بنية تحتية حديثة وآمنة لتكنولوجيا المعلومات.
- 3- تحسين بيئة الاستثمار في الدولة وتنفيذ مشاريع كبيرة بنماذج تمويلية مختلفة من أجل تعزيز قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي يعد العنصر الأساسي في تطوير التجارة الإلكترونية.
- 4- تطوير / تعزيز الموارد البشرية / قدرات النظام البيئي للتجارة الإلكترونية من خلال التعليم الرسمي للأعمال والتدريب المهني، بهدف تزويد الموظفين في القطاع بالمهارات اللازمة، وأمور أخرى.