



الإصدار الثاني



صدر بالإنكليزية في صيغته الأصلية عن صندوق النقد الدولي، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، ومنظمة التجارة العالمية، تحت عنوان “Handbook on Measuring Digital Trade”.

© ٢٠٢٣ صندوق النقد الدولي، منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، الأمم المتحدة، منظمة التجارة العالمية

© الأمم المتحدة، ٢٠٢٣، لهذا الإصدار بالعربية. يتحمل المترجم وحده مسؤولية جودة الترجمة وانسجامها مع النص الأصلي. في حال وجود أي تباين بين الأصل والترجمة، يجب اعتبار نص الإصدار الأصلي، حصراً، المرجع الصالح.

إخلاء مسؤولية

أعدّ هذا الكتيب طاقم من العاملين في صندوق النقد الدولي (IMF) ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) ومنظمة التجارة العالمية (WTO). بالنسبة إلى صندوق النقد الدولي، الآراء الواردة هنا هي آراء المؤلفين ولا يجوز تفسيرها بأنها وجهات نظر صندوق النقد الدولي، أو مجلسه التنفيذي، أو الحكومات الأعضاء، أو أي كيان آخر مذكور هنا. بالنسبة إلى منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، المسؤول عن الإعداد هو الأمين العام للمنظمة، والآراء والحجج المستخدمة هنا لا تعكس بالضرورة وجهات النظر الرسمية للدول الأعضاء في المنظمة. بالنسبة إلى الأمم المتحدة، النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة هنا خاصة بالمؤلف (المؤلفين)، ولا تعكس بالضرورة آراء الأمم المتحدة أو المسؤولين فيها أو الدول الأعضاء. بالنسبة إلى منظمة التجارة العالمية، تتحمل مسؤولية نشر العمل أمانة سر المنظمة. لا تستهدف الآراء والحجج الواردة هنا تقديم أي تفسير رسمي أو قانوني لأحكام اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، ولا يجوز بأي حال من الأحوال استشفاف أي آثار قانونية من قراءة النص أو فهمه.

لا تفيد هذه الوثيقة، ولا أي بيانات وأي خريطة مدرجة فيها، أي مساس بالوضع أو السيادة على أي إقليم، أو بتعيين الحدود والتخوم الدولية، أو باسم أي إقليم أو مدينة أو منطقة. تمثل أسماء البلدان والأقاليم المستخدمة في هذا المنشور المشترك لممارسات منظمة التجارة العالمية.

لا يضمن صندوق النقد الدولي، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، والأمم المتحدة، ومنظمة التجارة العالمية، دقة البيانات المدرجة في هذا المنشور، ولا تتحمل هذه الأطراف أي مسؤولية عن أي تبعة من جراء استخدام هذه البيانات.

كتيّب قياس التجارة الرقمية

الإصدار الثاني

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

تهديد

الملخص التنفيذي

١- المقدمة

٥	
٦	
٧	
١١	مقدمة
١٢	١-١
١٢	٢-١ وقع الدجلة على التجارة الدولية متعدد الأوجه
١٤	٣-١ التعريف الإحصائي للتجارة الرقمية
١٥	٤-١ قياس التجارة الرقمية مفتاح لرسم سياسات فعالة
٢٠	٥-١ الغرض من الكتيب وهيكلته
٢٠	٦-١ مجالات العمل الجارية على قدم وساق
٢١	٧-١ وضع الكتيب موضع التنفيذ

٢- الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية

٢٣	
٢٤	١-٢ قياس التجارة الرقمية: الإطار الإحصائي
٢٤	٢-٢ طبيعة المعاملة (كيف)
٣٠	٣-٢ المنتج (أي)
٣٠	٤-٢ الجهات الفاعلة (من)
٣٢	٥-٢ التدفقات الرقمية غير النقدية
٣٢	٦-٢ المبادئ المحاسبية
٣٢	٧-٢ نموذج إبلاغ يوصى به
٣٣	٨-٢ العمل على تحديث معايير الحسابات القومية وميزان المدفوعات

٣- التجارة المطلوبة رقمياً

٣٧	
٣٨	١-٣ عرّفنة المعاملات المطلوبة رقمياً
٤٠	٢-٣ قياس التجارة المطلوبة رقمياً
٦٨	٣-٣ تقدير التداخل بين التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلمة رقمياً
٦٨	٤-٣ توصيات

٤- التجارة المسلمة رقمياً

٧٥	
٧٦	١-٤ مقدمة
٧٦	٢-٤ مصادر قياس التجارة المسلمة رقمياً
٧٨	٣-٤ الخدمات القابلة للتسليم رقمياً
٨٣	٤-٤ نحو قياس الخدمات المسلمة رقمياً
٩٤	٥-٤ مصادر أخرى
٩٧	٦-٤ توصيات

فهرس المحتويات - تابع

١٠٥	٥- منصّات التوسّط الرقمية (DIPs)
١٠٦	١-٥ مقدّمة
١٠٧	٢-٥ تصنيف منصّات التوسّط الرقمية وخدمات التوسّط الرقمية
١٠٧	٣-٥ المبادئ المحاسبية لمعاملات منصّات التوسّط الرقمية
١١١	٤-٥ قياس معاملات منصّات التوسّط الرقمية
١٢١	٥-٥ توصيات
١٢٥	٦- دراسات حالة
١٢٦	دراسة الحالة رقم ١: قياس تجارة البضائع المطلوبة رقمياً في الصين
١٣٢	دراسة الحالة رقم ٢: نحو قياس أفضل للتجارة المسلمة رقمياً: تجربة الصين وآفاقها
١٣٦	دراسة الحالة رقم ٣: التجارة الرقمية في جامايكا: استكشاف مقاربات قياس جديدة
١٤٢	دراسة الحالة رقم ٤: قياس التجارة الرقمية في إسبانيا: عملية جرد
١٥٢	دراسة الحالة رقم ٥: قياس تجارة البضائع المطلوبة رقمياً في تركيا
١٥٥	الملاحق
١٥٦	الملحق أ - قياس الاقتصاد الرقمي
١٦١	الملحق ب - أخذ المعاملات التجارية الرقمية في الحسبان
١٦٩	الملحق ج - القائمة الموسّعة للخدمات القابلة للتسليم رقمياً في EBOPS ٢٠١٠
١٧١	الملحق د - جدول التوزيع بحسب نمط التوريد للخدمات القابلة للتسليم رقمياً
١٧٣	الملحق هـ - استبيان - الإدارة العامة للجمارك الصينية ("China Customs")
١٧٥	الملحق و - استبيان - وزارة التجارة الصينية (MOFCOM)
١٧٨	الملحق ز - استبيان - إدارة الضرائب في جامايكا (TAJ) وبنك جامايكا
١٨٠	الملحق ح - استبيان - المعهد الوطني للإحصاء (Instituto Nacional de Estadística)
١٨٥	المراجع
١٩٤	المختصرات

هذا الإصدار الثاني من كتيب قياس التجارة الرقمية هو نتيجة جهد تعاوني بين صندوق النقد الدولي (IMF)، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD)، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) (UNCTAD)، ومنظمة التجارة العالمية (WTO). وقد استفاد بشكل كبير من إسهام خبراء عديدين مع تقدّم العمل.

مؤلفو كتيب قياس التجارة الرقمية هم باتريك كُول (صندوق النقد الدولي)، أنتونيلا ليبيراتوره، ديفيد براكفيلد، يوليا شميدت (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي)، دانييل كير (الأونكتاد)، بارترا داندريا أدريان، جوسلين ماغديلينه، بينغ يان (منظمة التجارة العالمية).

تُتمّ العمل تحت إشراف كارلوس سانشيز مونيوز، ماريا بورغا، كريستي هاول (صندوق النقد الدولي)، أنابيل موروغان (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي)، توربيرون فريديريكسون (الأونكتاد)، بارترا داندريا أدريان (منظمة التجارة العالمية).

نتوجه بشكر خاصّ إلى الأشخاص أدناه على تقديمهم دراسات الحالة المفصلة: شاوويوان دجاي، كيان لي، دجينغ فانغ، وايغوو كي، الإدارة العامة للجمارك الصينية؛ زيانغ وانغ، يانوي دجينغ، بيدجن شيبه، وزارة التجارة الصينية (MOFCOM)؛ إزموند ماكلين، بنك جامايكا؛ هانك ويليامز وديذر كامبل، إدارة الضرائب في جامايكا (TAJ)؛ خوسيه أنطونيو إيسانتا فونكوبيرتا، المعهد الوطني للإحصاء (INE)؛ تشالايان آسلن، وزارة التجارة التركية؛ أيلين كولباشيه، إيوب محمد دينتش، إيسانغول تانريكولو، المعهد التركي للإحصاء (TurkStat).

نوجه شكرًا خاصًا إضافيًا إلى دجينفر برورن وأليكسيس غريم، مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA)، وجون ميتشل، منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، على مرفوداتهم المفصلة والثاقبة طوال عملية مراجعة الكتيب.

تلقينا إسهامات مهمة من سيلفيا ماتيني (صندوق النقد الدولي)؛ أندريا أندرينيلي، بيت باتيوه، ديفيد برادبري، أنطونيو كاپوبيانكو، خافير لوبيز غونزاليس، جيمس مانشيبي، سيمون لانغه، بيرس أوراييلي، سيلفيا سوريسكو، فينتشنزو شبيتسيا (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي)؛ أنتونيا كارتسانيجا، شتيفانيا غالو، مارتن روي (منظمة التجارة العالمية).

قدّم الخبراء الآتية أسماؤهم تعليقات قيمة على الكتيب: ماريا مريثيس خواريسي يورنيس، سيلفيا أمبيل (المعهد الوطني الأرجنتيني للإحصاء والتعداد (INDEC))؛ صوفي كلارك، توم لاي

(مكتب الإحصاء الأسترالي)؛ فرناندو أوغوستو فيريرا ليموس، ثياغو سعيد فييرا (البنك المركزي البرازيلي)؛ ليوناردو ميلو لينس (المركز البرازيلي لمعلومات الشبكة)؛ دينيس كارون، مارك أورباخ، دايانا وإيمان (هيئة الإحصاء الكندية)؛ ريغوبرتو توريس مورا (البنك المركزي في كوستاريكا)؛ سورين بورمان (هيئة الإحصاء الدنماركية)؛ يينس فالتر (البنك المركزي الألماني)؛ يورغ بودهازي، صوفيا پروهاسكا (المكتب الهنغاري المركزي للإحصاء)؛ أتيكا هاسيباتي، (هيئة الإحصاء الإندونيسية (BPS))؛ إيقون هايدين (المكتب المركزي للإحصاء في أيرلندا)؛ هيلدا ديزاهاف، إيلانا بن أور (مكتب الإحصاء المركزي الإسرائيلي)؛ أندريا كاربوني، كلاوديو دوريا (بنك إيطاليا)؛ فريدا إنشوغا (وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الكينية، شؤون الابتكار والشببية)؛ لينا نغومبا، شيلدون شيلي (المكتب الوطني الكيني للإحصاء)؛ ريكاردو غوتيريث أرغوييس، خيراردو دوراند (المعهد الوطني للإحصاء والجغرافيا في المكسيك (INEGI))؛ ألان هولست تشايريس (بنك المكسيك)؛ أوسكانا دانييلز-نادولينسكايا، كوينتن ميرتينس (هيئة الإحصاء الهولندية (CBS))؛ بن غراهام، سامون دجونز، لوك ميكالييدس، سو أوست، تشارلوت ريتشاردز (مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS))؛ باتريشيا أبأوا، پول فاريلو، دانييل يورغاسون (مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA))؛ مولي ليشر، پير مونتانيه (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي)؛ ميكايلا غريل، ماغداлина كامينسكا، ماريوس پاپاسپيرو (يوروستات).

استفاد تنقيح الكتيب من المناقشات التي دارت في اجتماعات ٢٠٢٠ و ٢٠٢١ و ٢٠٢٢ للفريق العامل على إحصاءات المتاجرة الدولية بالسلع والخدمات (WPTGS) والتابع لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، إلى جانب اجتماعات فريق التركيز في WPTGS لعام ٢٠٢٢، وفريق عمل الأونكتاد لعام ٢٠٢٢ المعني بقياس التجارة الرقمية والاقتصاد الرقمي، واجتماعات ٢٠٢٢ لفريق العمليات المعني بإحصاءات التجارة الدولية (في إطار لجنة خبراء الأمم المتحدة حول إحصاءات ريادة الأعمال والتجارة). كما استفاد من التعليقات المكتوبة على كلّ فصل بقلم أعضاء هذه المجموعات.

أشرف على عملية إنتاج الكتيب أنتوني مارتن وسيرج مارين-باتشه (منظمة التجارة العالمية)، وأدّت أعمال التحرير هيلين سواين (منظمة التجارة العالمية).

أخيرًا يجدر التنويه بجميع المساهمين في الإصدار الأول من هذا الكتيب، مع تقديم الشكر لهم.

هذا الإصدار من الكتيب، إذ يبقى على الإطار الأساسي للقياس من دون تغيير، يقدم توضيحات للمفاهيم والتعريفات المتصلة بالتجارة الرقمية، وللإرشادات الخاصة بجعلها عملائية. وهو يعكس التقدم الذي حققه المراقبون الإحصائيون في قياس التجارة الرقمية. يتضمن إرشادات موسعة حول المراكمة، مبنية على جهود وطنية ودولية، ومشملة على مجموعة متنوعة من المصادر ذات الصلة، المسحية منها وغير المسحية. كما يقترح نموذجاً منقحاً للإبلاغ يوفّر مرونة للمراقبين الإحصائيين عند المقارنة بين مكوّنات التجارة الرقمية، حتى عند توفر معلومات جزئية فقط.

بذلك يرسي هذا الكتيب أساساً مشتركاً قيماً لفهم التجارة الرقمية وقياسها بطريقة يمكن مقارنتها دولياً. كما يوفّر مرجعاً محورياً لقيام برنامج نشط للمساعدة التقنية وبناء القدرات الإحصائية يتيح للمنظمات الشريكة الأربع، المسهمة في التأليف، دعم المراقبين الإحصائيين في سعيهم إلى قياس التجارة الرقمية، وتتبعها، والاستجابة لتحدياتها.

شاميك ن. سيريمان

مدير التكنولوجيا واللوجستيات
الأونكتاد

Shamika Sirimanne

رالف أوسا

كبير الاقتصاديين والمدير
شعبة الأبحاث الاقتصادية والإحصاء
منظمة التجارة العالمية

R. Osa

أتاحت التقنيات الرقمية بشكل متزايد، للمشتريين والبائعين، تأدية الطلبات وتلقيها على نطاق عالمي. كما سمحت بتسليم فوري للخدمات عن بُعد مباشرة إلى الشركات والمنازل، بما في ذلك على المستوى الدولي.

من خلال التركيز على هذين المعيارين - الطلب الرقمي والتسليم الرقمي عبر الحدود - يقدم هذا الكتيب إطاراً مفاهيمياً وإطار قياس للتجارة الرقمية يتماشى مع المعايير الأوسع للإحصائيات الماكرو-اقتصادية.

هذا الإصدار الثاني من كتيب قياس التجارة الرقمية أتى نتيجة شراكة بين صندوق النقد الدولي (IMF) ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) ومنظمة التجارة العالمية (WTO)، الأمر الذي أدى إلى مقارنة شمولية متفق عليها. وهو يستند إلى الإصدار الأول، المنشور عام ٢٠١٩، ويستفيد من مدخلات جذرية أسهمت فيها الاقتصادات المتقدمة والاقتصادات النامية على حد سواء.

بيرت كروزه

كبير الإحصائيين وضابط البيانات والمدير
دائرة الإحصاء
صندوق النقد الدولي

Bert Krouse

بول شرايير

كبير الإحصائيين والمدير
إدارة الإحصاء والبيانات
منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

Paul Sayan

يقدم هذا الإصدار الثاني من الكتيب، انطلاقاً من تركه إطار القياس الأساسي دون تغيير، توضيحات للمفاهيم والتعريفات المقدمة في الإصدار الأول، وللإرشادات المعنوية بكيفية عمليتها (operationalize). كما يعتمد على الخبرات الوطنية وأفضل الممارسات لتوسيع إرشادات التجميع.

قياس التجارة الرقمية

المعاملات التجارية الرقمية هي زمرة جزئية (subset) من المعاملات التجارية القائمة كما تقيسها إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع وإحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات.

يمكن لأي جهة فاعلة اقتصادياً أن تنخرط في التجارة الرقمية. تتبع المبادئ المحاسبية لتسجيل التجارة الرقمية تلك المحددة في «إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع: المفاهيم والتعريفات» (UN، ٢٠١١)، و«دليل إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات» (UN وآخرون، ٢٠١٠)، وميزان المدفوعات (IMF، ٢٠٠٩).

بما أن الإطار الإحصائي المحدد في هذا الكتيب مصمم للتماشي مع المعايير الماكرو-اقتصادية الأوسع، فإن أي تحديث لهذه المعايير (وخصوصاً أي تغيير في حيز الإنتاج) سينعكس، بحكم البنية، على إطار القياس، من دون أي تأثير على التعريف الإحصائي للتجارة الرقمية. كما تتماشى المفاهيم الواردة في هذا الكتيب مع الإرشادات الأوسع نطاقاً حول قياس الاقتصاد الرقمي والمنشأة من خلال «إطار جداول العرض والاستخدام الرقمية» (OECD، ٢٠٢٣).

على الرغم من أن إحصاءات التجارة الدولية ينبغي لها، من حيث المبدأ، أن تغطي التجارة الرقمية، يزداد الطلب والتسليم الرقمي من استفحال بعض تحديات القياس المعروفة لجهة تسجيل المعاملات الدولية. أحد الأسباب هو أن الدجته تزيد من مشاركة الشركات الصغيرة والأسر في التجارة الدولية، وقد لا تغطي هذه المشاركة بشكل كافٍ من خلال مصادر البيانات التقليدية، المرساة غالباً على الشركات الكبيرة. لقد أدى الارتفاع في الطلب الرقمي إلى ازدياد المتاجرة المنخفضة القيمة بالسلع، الأمر الذي قد يستعصي على طرق تتبع تجارة البضائع المستندة إلى عتبات أعلى من حيث القيمة. كما يؤدي إشراك منصات التوسط الرقمية (DIPs) إلى مفارقة تلك الصعوبات عبر إضافة طرف ثالث إلى معاملات معينة.

للتغلب على هذه التحديات، من الضروري إعادة النظر

تُمنع التقنيات الرقمية في تغيير كل جانب من جوانب الاقتصاد تقريباً، والتجارة الدولية ليست استثناءً. تلجأ الشركات والأسر بشكل متزايد إلى الطلب الرقمي. خدمات عدّة كانت تتطلب، تقليدياً، قرباً بين المنتجين والمستهلكين يتم الآن تداولها عن بُعد. تلعب المنصات المتصلة بالإنترنت دوراً متزايد الأهمية في مطابقة العرض مع الطلب وتسهيل المعاملات (transactions) الاقتصادية.

تعمل الدجته (digitalization) على تغيير كيفية شراء المنتجات وتسليمها. رغم ذلك تظل لامرئية، إلى حد كبير، في الإحصاءات الماكرو-اقتصادية التقليدية، لأن مثل هذه الإحصاءات يركز على ما يتم إنتاجه ومن ينتجه. تعيق هذه اللامرئية، في الأخير، رسم السياسات، وقد تؤدي إلى تصور مغلوّط مُفاده أن الاقتصاد لا يتم قياسه بدقة.

يهدف هذا الكتيب إلى مساعدة المراكز الإحصائية على تلبية حاجة راسمي السياسات إلى بيانات إحصائية أفضل حول التجارة الرقمية. صحيح أن بيانات شاملة وقابلة للمقارنة حول التجارة الرقمية قد تكون ضرورية للغاية في مجال رسم سياسة التجارة الدولية، لكن التجارة الرقمية تؤثر أيضاً، وتتأثر، بمجالات عديدة أخرى من رسم السياسات على المستويين المحلي والدولي، منها المنافسة، والسياسة الضريبية، والتنمية، والترعرع الاقتصادي.

تعريف التجارة الرقمية

يُعدّ فهم ما تشير إليه عبارة «التجارة الرقمية»، وكيفية ارتباطها بالتجارة الدولية ككل، من الشروط المسبقة الحاسمة لإنشاء الإطار الإحصائي. لذا، وبناءً على جهود القياس السابقة، دُفع الإصدار الأول من هذا الكتيب (OECD، WTO و IMF، ٢٠١٩) بين معيارين مفتاحيين هما الطلب الرقمي (digital ordering) والتسليم الرقمي (digital delivery) للخروج بأول تعريف رسمي إحصائي للتجارة الرقمية: «التجارة الرقمية هي كل تجارة دولية تُطلب رقمياً أو تُسلم رقمياً».

يعكس هذا التعريف الإحصائي الطابع المتعدد الأبعاد للتجارة الرقمية من خلال عَرَفَة (identify) طبيعة المعاملة كسِمَتها المعروفة عنها. إنّه اللبنة الأساسية لإطار مفاهيمي للقياس يتوافق تماماً مع الحسابات الماكرو-اقتصادية الأوسع.

في مصادر البيانات الحالية من حيث مدى تغطيتها وإحكامها، ليس فقط لتطوير إحصاءات التجارة الرقمية، بل لتحسين قياس التجارة الدولية ذاته بشكل عام. التوصية الواردة في هذا الكتيب هي، على قدر الإمكان، البناء على مصادر البيانات الحالية والجمع بينها بهدف إنتاج إحصاءات تجارة رقمية شاملة. لذا تُدرج مناقشة للمنافع والمحددات الخاصة بكل مصدر بيانات، وتُفَرِّش باقة مثيرة من دراسات الحالة (case studies) والتجارب الوطنية.

التجارة المطلوبة رقمياً

تماشياً مع تعريف منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) للتجارة الإلكترونية (OECD، ٢٠١١)، يعرف هذا الكتيب التجارة المطلوبة رقمياً بأنها «بيع أو شراء لسلعة أو خدمة يؤدّي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها». لذا فإنّ التجارة المطلوبة رقمياً هي مرادف للتجارة الإلكترونية الدولية، وتغطّي معاملاتهما كلاً من السلع والخدمات.

تُعتبر المعاملات الخاصة بمؤسّسات الأعمال نقطة انطلاق طبيعية عند قياس التجارة المطلوبة رقمياً، إذ تمثّل الشركات الجزء الأكبر من مبيعات التجارة الإلكترونية ومشترياتها (UNCTAD، ٢٠٢٣). لفترة طويلة استُخدمت مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) لقياس مدى تغلغل التجارة الإلكترونية في الشركات (UNCTAD، ٢٠٢١a). وقد اعتمدت اقتصادات عدّة على هذه المسوح، أو أدرجت وحدات وظيفيّة (modules) ضمن المسوح العامة حول مؤسّسات الأعمال، لقياس الدخل الذي تحقّقه الشركات من خلال مبيعات التجارة الإلكترونية، وأحياناً للتمييز بين التجارة الإلكترونية المحليّة ومثيلتها الدوليّة (UNCTAD، ٢٠٢٣). كما تقيس بعض هذه المسوح مشتريات الشركات عبر التجارة الإلكترونية الدولية. بعد التجارب الناجحة على المستوى الوطني، يوصي هذا الكتيب بتعزيز المسوح الخاصة بمؤسّسات الأعمال من أجل تجميع معلومات عن القيمة النقديّة لمعاملات التجارة الإلكترونية، والشروع في التجارة المطلوبة رقمياً.

يمتدّ قياس التجارة المطلوبة رقمياً بشكل شامل إلى ما هو أبعد من المعاملات التي تتناول الشركات: فمسوح الأسر و/أو السفر هي أيضاً وسيلة لقياس معاملات التجارة الإلكترونية (المبيعات والمشتريات) التي يؤدّيها الأفراد.

إلى جانب معلومات المسح، يمكن أيضاً استخدام مصادر أخرى، كمثال البيانات الإدارية أو بيانات الدفع بالبطاقة، لقياس المكونات الرئيسيّة للصادرات والواردات المطلوبة رقمياً. من بين هذه المصادر تُعتبر السجّلات الجمركيّة ملائمة للغاية. وفي الواقع، من الممكن عرفنة الواردات والصادرات المطلوبة رقمياً بشكل مباشر كزمرة جزئيّة فرعيّة من إحصاءات المتاجرة الدوليّة بالبضائع إذا تمّ توسيم الشحنات المطلوبة رقمياً بشيفرات إجراءات جمركيّة مخصوصة. رغم ذلك يبقى التقدير الدقيق للتجارة المنخفضة القيمة، هي التي يحركها الطلب الرقميّ إلى حدّ بعيد، ضرورياً لضمان تغطية شاملة. يمكن استكشاف مصادر متنوّعة تتيح هذا الأمر، بما في ذلك البيانات الإدارية من سلطات الجمارك أو المعلومات من وكالات البريد العاديّ والبريد السريع.

لا يوجد مصدر واحد يمكنه توفير قياس شامل للصادرات والواردات المطلوبة رقمياً على مستوى الاقتصاد بأكمله. يجب أدّججة (integrate) المعلومات من مصادر مختلفة لاشتقاق تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً تغطّي المعاملات التي تتناول جميع الوحدات المؤسّسية في الاقتصاد بأكمله.

التجارة المسلّمة رقمياً

تعرّف التجارة المسلّمة رقمياً في هذا الكتيب بأنها «جميع المعاملات التجاريّة الدوليّة التي تُسلّم عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية». ويرى هذا الكتيب أنّ التسليم الرقميّ يتناول الخدمات فقط.

على عكس الطلب الرقميّ، وهو فوريّ، يمكن للتسليم الرقميّ أن يمتدّ لفترة طويلة نسبياً وأن ينطوي على درجة كبيرة من التفاعل بين الأفراد. من الأمور الحاسمة في التعريف أنّ مثل هذا التفاعل يحدث عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية.

تتمثّل الخطوة الأولى نحو قياس التجارة التجارة المسلّمة رقمياً في تحديد أصناف الخدمات القابلة للتسليم رقمياً - أي التي يمكن تسليمها من خلال شبكات حاسوبية (غالباً الإنترنت). عندما تتوفّر تفاصيل كافية عن المنتج، فإنّ تكديس (aggregating) هذه الأصناف من الإحصاءات الحاليّة يقدّم تقدّيراً للسقف الأقصى (upper-bound) للتجارة المسلّمة رقمياً، ويمكن إنتاجه من دون تغييرات في آليات تجميع البيانات الحاليّة.

يمكن ترهيف هذه التقديرات للتجارة القابلة للتسليم

بينية (interfaces) تتصل بالإنترنت وتسهّل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشتري وجملة من البائع، من دون أن تحوز وحدة التوسط الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تقدّم الخدمات التي يتمّ بيعها (بتوسطها).

على الرغم من أنّ المعاملات التي تُنجز بتوسط هذه المنصات مُدرّجة، من حيث المبدأ، في إحصاءات التجارة الحالية، ويغطّيها مفهومها التجارية المطلوبة رقمياً والتجارة المسلمة رقمياً، يسلّط هذا الكتيّب الضوء على الـ DIPs بشكل منفصل بسبب دورها المهمّ في الاقتصاد، والاهتمام المحيط بها على صعيد رسم السياسات، وتحديات التجميع المخصصة التي تطرحها.

الخدمة التي تقدمها منصات التوسط الرقمية هي خدمة «تليبق» (matching) المشتري مع البائع، ومن ثمّ تيسير تداول السلع أو توفير الخدمات. تُعرّف خدمات التوسط الرقمية هذه، وهي، بحكم تعريفها ذاتاً، خدمات مطلوبة رقمياً ومسلمة رقمياً، بأنّها «خدمات توسّط تتصل بالإنترنت وتسهّل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشتري وجملة من البائع، من دون أن تحوز وحدة التوسط المتصلة بالإنترنت الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تقدّم الخدمات التي يتمّ بيعها (بتوسطها)».

لتسجيل المعاملات التي تيسرها هذه المنصات، من الضروري التمييز بين تسليم السلع أو الخدمات (أي المعاملة بين البائع والمشتري) وبين تقديم خدمات التوسط (أي المعاملة بين المنصة وكلّ من البائع والمشتري). بغضّ النظر عمّا إذا كانت المنصة ميسّرة لمعاملات تداول السلع أو الخدمات، يجب تسجيل رسوم التوسط ضمن «الخدمات المتصلة بالتجارة» في الحسابات الدولية.

ينبغي استكشاف جملة من مصادر البيانات لتجميع المعاملات التي تيسرها منصات التوسط الرقمية. التوصية الواردة في هذا الكتيّب هي تجميع معلومات عن صادرات الشركات ووارداتها من خدمات التوسط عبر مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات. غير أنّ المسوح حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي في وضع أفضل لتجميع معلومات عن المنتجات المتداولة (أي السلع والخدمات المتوسّط لها). لضمان تغطية القطاع الأسري، يجب أن تتضمن عدّة أنواع من المسوح الأسرية أسئلة حول قيمة السلع والخدمات المشتراة عبر منصات التوسط الرقمية (خصوصاً عبر المنصات المرموقة،

رقمياً عبر استغلال العلاقة المتأصلة بين مفهومَي التسليم الرقمي وتوريد الخدمات عبر الحدود (أي بحسب النمط ١). بالنسبة إلى الخدمات المعرفنة كخدمات قابلة للتسليم رقمياً، يمكن اعتبار التوريد عبر الحدود معادلاً للتسليم الرقمي. لذا يمكن أن توفّر الأنصبة المشتقة من قياس المتاجرة بالخدمات بحسب أنماط التوريد تقديرات معقولة للتجارة المسلمة رقمياً.

بالرغم من ذلك ما زالت معظم البلدان في أول بداياتها لجهة قياس المتاجرة بالخدمات بحسب أنماط التوريد. في حال عدم وجود مثل هذه البيانات، يمكن استخدام الأنصبة المستندة إلى اجتهادات الخبراء، مثل تلك الموجودة في نموذج Eurostat-WTO (Eurostat، ٢٠٢١ و WTO، ٢٠٢٣)، شريطة تقييمهما بانتظام لتعكس الظروف الخاصة بكلّ بلد.

تمثّل مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITS)، الخاصة بمؤسسات الأعمال، أفضل الأدوات لحياة تقديرات مباشرة حول المتاجرة بالخدمات المسلمة رقمياً. من خلال تعزيز هذه المسوح بأسئلة تكميلية، مثلاً عبر اتباع النموذج الذي طوّره الأونكتاد بالتعاون مع كوستاريكا والهند وتايلاند (UNCTAD، ٢٠٢١a)، يمكن قياس أنصبة الخدمات المصدّرة والمستوردة التي تسلم رقمياً بطريقة مُدمجة مع المصادر والطرق المستخدمة لقياس المتاجرة الإجمالية بالخدمات.

كما هي الحال بالنسبة إلى الطلب الرقمي، من المرجح أن تغطّي المصادر المستندة إلى الشركات الجزء الأكبر من التجارة المسلمة رقمياً. لكن مع تزايد انخراط الأسر في المتاجرة بالخدمات المسلمة رقمياً، يتعيّن على المراكز الإحصائية إجراء مزيد من التقصيّ لكيفية استخدام المسوح الأسرية ومصادر بيانات أخرى لتحسين مدى تغطية تقديرات التجارة المسلمة رقمياً. فضلاً عن ذلك، من الممكن استهلاك بعض الخدمات المسلمة رقمياً خارج حدود البلاد (أي الموردة بحسب النمط ٢)، على الرغم من أنّ قيمها غالباً ما لا تكون ذات شأن من الناحية الاقتصادية، وهذه تتطلب استراتيجيات تقدير مختلفة.

لذا يتعيّن تدميج معلومات من مصادر مختلفة من أجل استخلاص تقديرات حول التجارة المسلمة رقمياً تكون حسنة التمثيل للاقتصاد بأكمله.

منصات التوسط الرقمية

تُعرّف منصات التوسط الرقمية (DIPs) بأنّها «واجهات

عن المبيعات والمشتريات مقسّمة (broken down) بحسب السلع، وبحسب الخدمات المسلّمة رقميًا، وبحسب الخدمات الأخرى.

المُضَيّ قُدْمًا

يوفّر هذا الكتيّب إطارَ قياسٍ متنسّقًا لإرشاد المراكمين في جهودهم لقياس التجارة الرقمية. ستكون هناك حاجة إلى مزيد من الأبحاث والتّرويز (testing) الاختباري لتحسين المقاربات التّركيبيّة وترهيفها، لكنّ الإطار المفاهيمي الأساسي، الذي أصبح الآن راسخًا، يشكّل الركن المكين لتجميع إحصاءات قابلة للمقارنة دوليًا حول التجارة الرقمية.

يوفّر الكتيّب أيضًا ركيزة لبرنامج نشط للمساعدة الفنيّة وبناء القدرات الإحصائيّة يتيح للمنظّمات الشريكة الأربع – صندوق النقد الدوليّ (IMF)، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ (OECD)، ومؤتمر الأمم المتّحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، ومنظمة التجارة العالميّة (WTO) – دعم المراكمين الإحصائيين في سعيهم إلى قياس التجارة الرقمية، وتتبعها، والاستجابة لتحدياتها.

ولخدمات متّصلة بالسياحة)، وكذلك، وهذا هو الأمثل، حول رسوم التوسّط المدفوعة. عندما تكون المنصّة مقيمة في الاقتصاد المراكم، يمكن استخدام مسوح لقياس كلّ من صادرات خدمات التوسّط ومعاملات السلع والخدمات الارتكازيّة.

الإبلاغ عن معاملات التجارة الرقمية

يقترح هذا الدليل نموذج إبلاغ (reporting template) يدعم مراكمة مكوّنَيّ التجارة الرقمية – التجارة المطلوبة رقميًا والتجارة المسلّمة رقميًا – بالإضافة إلى احتساب إجماليّ التجارة الرقمية. يسمح النموذج بقياس المكوّنين المختلفين بالطريقة التي تناسب المراكم على الوجه الأفضل، حتّى عندما تكون المعلومات متاحة فقط بشكل جزئيّ.

للحصول على قياس شامل لإجماليّ التجارة الرقمية، من المهمّ تطوير مصادر بيانات تتيح قياس التجارة المطلوبة رقميًا، والتجارة المسلّمة رقميًا، وكذلك عرفة التجارة المطلوبة رقميًا كما المسلّمة رقميًا. تُعدّ مسوح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات (لكلّ من الشركات والأسر) في وضع جيّد لقياس هذا التداخل. تحقيقًا لهذه الغاية، على المسوح أن تجمع معلومات



١. المقدمة

ما أهمية قياس التجارة الرقمية؟

يلخص هذا الفصل الموقع المتعدد الأوجه للدَّجَتلة على التجارة الدولية ويستكشف في أيِّ من مجالات رسم السياسات ثمة حاجة إلى مناهج قياس متسقة وشاملة وقابلة للتنفيذ.

١-١ مقدمة

الإنتاج على مدّ سلاسل القيمة العالمية، هكذا، وبالطريقة إياها، أدى انخفاض الأكاليف في تشاطر المعلومات إلى ثورة التجارة الرقمية هذه. إنّ الأكاليف المنخفضة لتخزين المعلومات ومشاطرتها آخذة في تخفيف بعض القيود التقليدية على الانخراط في التجارة الدولية، كالمعلومات غير السيمترية، والمماطلات في التسليم، أو إنفاذ العقد. وهذا ما يشجّع عددًا أكبر من الشركات والمستهلكين على التوصل (connect) عالميًا، فضلًا عن أنه يؤدي إلى انتشار أسرع للمعرفة والأفكار عبر الحدود.

بقية هذا الفصل منظّمة على النحو الآتي. يوضح القسم ١-٢ بعض المؤشرات التي تقدّم رؤية لوقع الدجّنة على التجارة الدولية. يستعرض القسم ١-٣ التعريف الإحصائي للتجارة الرقمية. أما القسم ١-٤ فيوجز احتياجات رسم السياسات التي تستدعي قياسًا أفضل للتجارة الرقمية. يفرش القسم ١-٥ هدف هذا الكتيب وهيكلته. يحدّد القسم ١-٦ المجالات التي تخضع لأبحاث جارية على قدم وساق وقد يكون لها وقع على قياس التجارة الرقمية وعلى إرشادات المراكمة الواردة في هذا الكتيب. أخيرًا يأتي القسم ١-٧ بمثابة خاتمة.

١-٢-٢ وقع الدجّنة على التجارة الدولية متعدد الأوجه

١-٢-١ أتاح الدجّنة بروز التجارة الرقمية

بفضل التقدّم التكنولوجي السريع يمكن للشركات والأسر، حاليًا، تأدية طلبات سلع وخدمات عبر الإنترنت. وقد أسفر ظهور التجارة الإلكترونية، على المستويين المحلي والدولي، عن إثارة اهتمام كبير برسم السياسات وتحفيز العديد من مبادرات القياس. وهكذا استُخدمت مسوح حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أجريت على مدى عدّة سنوات كأداة رئيسية لجمع معلومات حول مشاركة مؤسسات الأعمال في التجارة الإلكترونية ولتقديم استشرافات حول اتجاهات التجارة الإلكترونية ودينامياتها (راجع الشكل ١-١). في العام ٢٠٢١ كانت البلدان التي أبلغت عن أعلى حصة من الشركات المنخرطة في مشتريات التجارة الإلكترونية نيوزيلندا (٨٩,٦ في المائة)، وأستراليا (٨٠,٧ في المائة)، والسويد (٧٨,٤ في المائة)، والبرازيل (٧٥,٠ في المائة)، تليها كندا (٧٤,٩ في المائة) وهولندا (٦٦,١ في المائة). وبشكل عام تبقى حصة الشركات التي تنخرط في مبيعات التجارة الإلكترونية أقل، وأكثر البلدان نشاطًا هي أستراليا (٦٣,٣ في المائة) ونيوزيلندا (٦٠,٣ في المائة) والهند (٦٠,٢ في المائة). مع ذلك لا تتوفّر بيانات واسعة النطاق وقابلة للمقارنة حول الانشعاب بين التجاريتين الإلكترونية والمحليّة والدولية، ولا حول قيمة معاملات التجارة الإلكترونية.

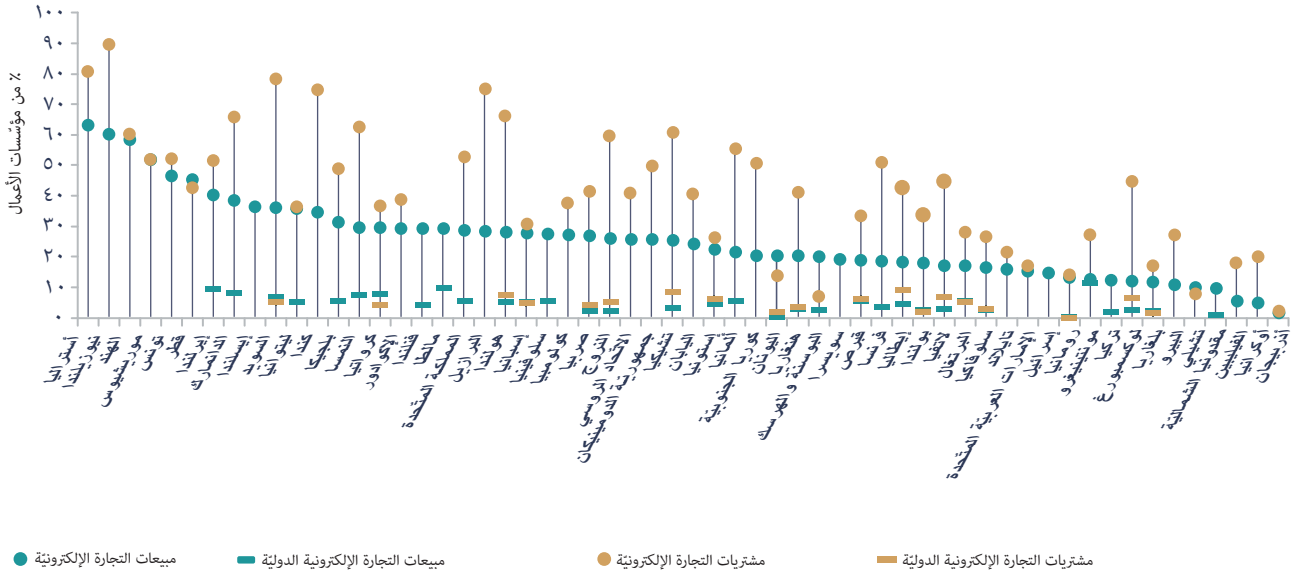
التقنيات الرقمية هي في طور تحويل العمليات الاقتصادية والمجتمعية. فلقد سمحت تحسينات رئيسية في التّوصّلية (connectivity) عبر الإنترنت لمؤسسات الأعمال والأسر بتبادل المعلومات ونقلها بتنوّع أكبر، مع زيادة في الحجم والسرعة. وارتفعت قوة الحوسبة (computing) وتخزين البيانات مع انخفاض التكاليف، الأمر الذي أدّى إلى تعزيز تطوير أدوات البرمجيات (software)، وكذلك التكنولوجيات المتقدمة والتقنيات التحليلية. وهكذا تنامت بسرعة نماذج الأعمال الجديدة، والمنتجات الجديدة، وطرق التسليم الجديدة التي تستغلّ التقنيات الرقمية.

تنعكس هذه التطوّرات على عمليات الرقمنة (digitization) وعمليات الدجّنة (digitalization) معًا. تعرّف الرقمنة بأنّها "محوّلة (conversion) البيانات والعمليات الأناлоговية (analog) إلى شكل (format) قابل للقراءة مكنيًا" (OECD، ٢٠١٩b). يمكن للرقمنة أن تتخذ عدّة أشكال، كمثل ترجمة القياسات الأناлоговية إلى شكل رقمي، أو تشفير العمليات التجارية والصناعية، أو إرسال الصوت عبر بروتوكول الإنترنت (VoIP) (أي محوّلة الصوت إلى إشارات رقمية لإرساله عبر الإنترنت). أما الدجّنة فمفهومها أوسع، إذ تعني استخدام التقنيات والبيانات الرقمية وما بينها من ترابطات، الأمر الذي يفضي إلى أنشطة جديدة أو تغييرات في الأنشطة الحالية. بشكل جماعيّ تشكّل التغييرات الخاصة بالأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والناجمة عن شتّى أشكال الرقمنة والدجّنة ما يُطلق عليه اسم التحوّل الرقمي (digital transformation).

لقد كان للتقنيات الرقمية وقع عميق على التجارة الدولية. على مقلب العرض (supply)، استفادت الشركات من استخدام التقنيات الرقمية لتعزيز الفعاليّة والإنتاجيّة، وتحويل عمليات الأعمال التجارية، وتعزيز الابتكار (Nguyen و Paczos، ٢٠٢٠؛ Gal وآخرون، ٢٠١٩؛ Sorbe وآخرون، ٢٠١٩). في الوقت عينه حقّزت الدجّنة استخدام التقنيات الرقمية على مقلب الطلب (demand). فلقد أدّى، على وجه الخصوص، ظهور البيع بالمفرّق والجملة عبر الإنترنت، والمنصّات الرقمية المتصلة بالإنترنت، إلى تيسير نفاذ الشركات إلى الأسواق، كما استفاد المستهلكون بدورهم للنفاذ إلى مجموعة أوسع من المنتجات وإلى وأمنة (customization) أوسع (Coreynen و Matthyssens و Van Bockhaven، ٢٠١٧).

يمكن الزعم بأنّ الوقع الأكثر تحويلاً للرقمنة على التجارة كان الانخفاض السريع في أكاليف المعاملات الدولية، الأمر الذي وضع في متناول الشركات ولوج الأسواق العالمية. وكما أنّ الانخفاض في أكاليف النقل والتنسيق سمح بتشظية (fragmentation)

الشكل ١-١: مُمارِس مؤسّسات الأعمال التجارة الإلكترونيّة على نطاق واسع



ملاحظة: الأرقام المعروضة هي أحدث الأرقام المتاحة من كل بلد. قد تشير أرقام المبيعات والمشتريات إلى سنين مختلفة. أرقام مبيعات التجارة الإلكترونية الدولية متصلة بسنة الإبلاغ ٢٠٢٠. مشتريات التجارة الإلكترونية الدولية متصلة بسنة الإبلاغ ٢٠١٧.

المصادر: قاعدة بيانات يوروستات الشاملة لإحصاءات الاقتصاد الرقمي والمجتمع^١؛ قاعدة بيانات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لنفاذ الشركات إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها^٢؛ مؤشرات الأونكتاد الركنية حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات^٣.

١-٢-٢ تُتداول الخدمات عن بُعد بشكل متزايد

من المُتاح الآن أن تُتداول، عن بُعد، عدّة خدمات كانت تتطلب، تقليدياً، قرباً بين المنتجين والمستهلكين، وهذا ما وُقر للشركات مزيداً من الفرص للنفاذ إلى الأسواق العالمية. يتيح انخفاض أسعار الاتصالات الصوتية واتصالات البيانات، إلى جانب حوسبة المهام، لمقدمي الخدمات شِدْفَة (segment) العمل وإعادة موضّعه (relocate) للاستفادة من التجمّعات الكبرى والناتية للعمالة المنخفضة التكلفة مع المهارات اللازمة لتقديم خدمات عالية الجودة. في الوقت نفسه تُتداول خدمات منخفضة القيمة، كتطبيقات الهواتف الذكية أو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، بشكل متزايد دولياً، وغالباً عبر المنصّات الرقمية (الأونكتاد، ٢٠٢٢c).

عام ٢٠١٢ قام مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) بأوّل محاولة لقياس المتاجرة بالخدمات «الممكنة رقمياً»، والمقصود بها الخدمات «التي تلعب فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية دوراً مهماً في تيسير المتاجرة بالخدمات عبر الحدود». في هذه الدراسة ذكر مكتب BEA أنّ «المتوقع هو أن تساهم التحسينات في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، بالتوازي مع انخفاض تكاليفها، في نموّ المتاجرة بالخدمات» (Koncz-Bruner و Borga ، ٢٠١٢).

عام ٢٠١٣ وضع فريق العمليات المعني بقياس المتاجرة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TGServ)، بقيادة

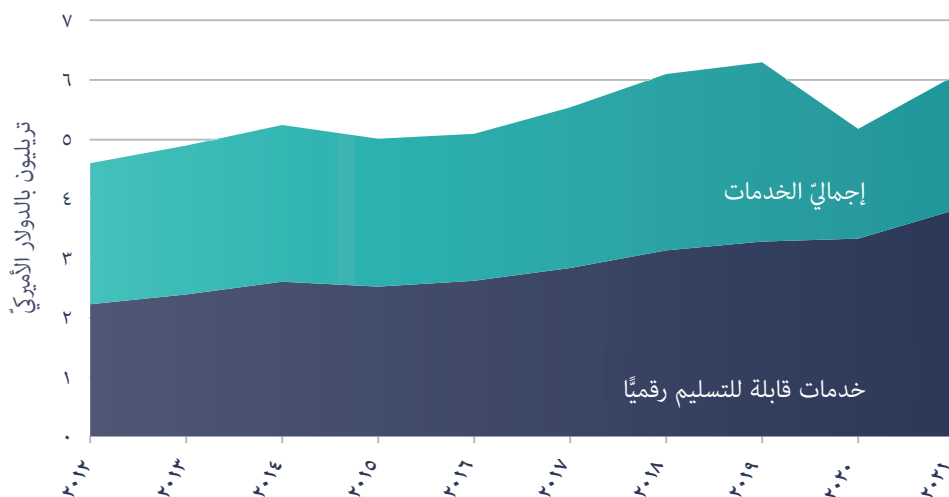
مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، توصيات ومؤشرات حول المتاجرة بالخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات^٤ حدّد فريق العمليات، في تقريره الأوّل، تعريفات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الواردة في OCDE ، ٢٠١١)، والخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي ما يبيّن عليه هذا الكتيّب لإنشاء تعريف حول الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (digitally deliverable services) (الأونكتاد، ٢٠١٥).

ازدادت المتاجرة بالخدمات ككل، والمتاجرة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً، ازدياداً كبيراً خلال العقد الماضي (الشكل ٢-١). عام ٢٠١٢ مثّلت الخدمات القابلة للتسليم رقمياً ٤٨ في المائة من الصادرات العالمية للخدمات. وارتفعت هذه الحصة إلى ٥٢ في المائة، عام ٢٠١٩، وقفزت إلى ٦٣ في المائة عام ٢٠٢١، وهو ما يعكس وقع وباء كوفيد-١٩ على كلّ من تركيبة الخدمات المتداولة دولياً وطبيعتها.

١-٢-٣ تلعب المنصّات المتصلة بالإنترنت دوراً تحويلياً في العديد من الصناعات

لقد باتت المنصّات المتصلة بالإنترنت، بازدياد، من «صانعات السوق» المهمّات. فهي تلبّق بين العرض والطلب، مسهّلة ومهيكلّة التفاعلات والمعاملات عبر الإنترنت (OECD ، ٢٠١٩b). بإمكانها تطوير واستغلال خارجيات واسعة ضمن الشبكة، والعديد من هذه المنصّات يوفّر خدمات على نطاق

الشكل ١-٢: نمو الصادرات العالمية للخدمات القابلة للتسليم رقمياً بشكل مطرد



ملاحظة: الخدمات القابلة للتسليم رقمياً هي تكديس لفئات خدمات BPM6/EBOPS ٢٠١٠ الآتية: خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية، الخدمات المالية، رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر، الاتصالات، الخدمات الحاسوبية والمعلوماتية، خدمات الأعمال الأخرى، الخدمات السمعية والبصرية، الخدمات ذات الصلة.

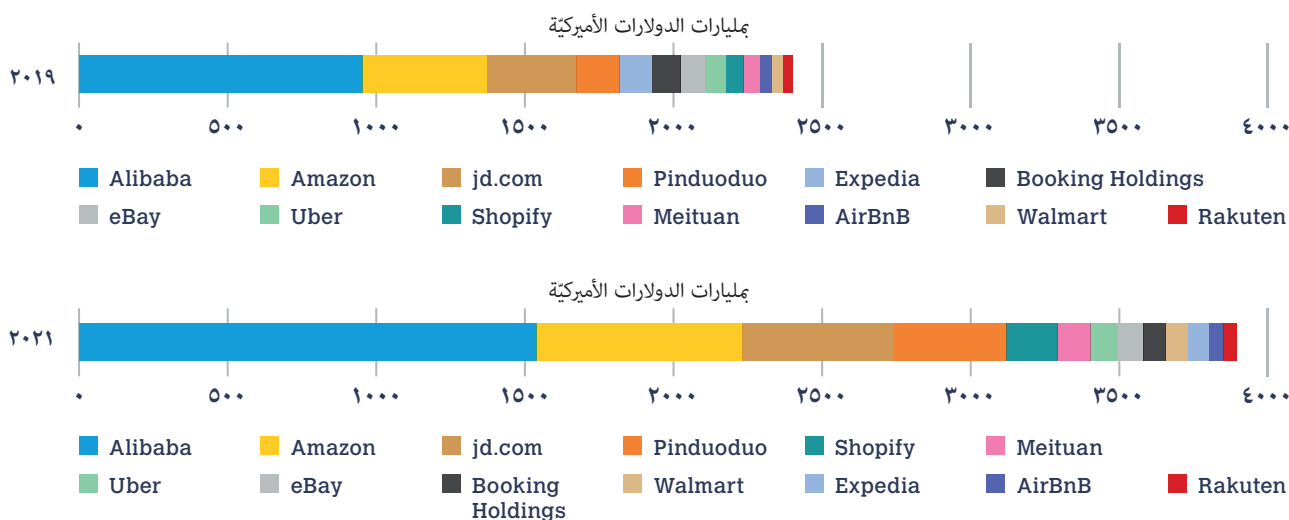
المصدر: احتسابات قامت بها الأونكتاد استناداً إلى WTO و UNCTAD (٢٠٢٢).

٣-١ التعريف الإحصائي للتجارة الرقمية

صحيح أن الحقائق المبنية أعلاه سديدة ووفيرة بالمعلومات، لكنها مبسطة ولا تقدم سوى نظرة جزئية لما هو ظاهرة معقدة ومتعددة الأبعاد. إن قياسات المتاجرة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً قد تلقي بعض الضوء على طبيعة المنتجات التي يمكن

عالمي. تُعتبر المنصات المتصلة بالإنترنت، أغلب الأحيان، «حفّازات» (catalysts) للدّجّلة، وهي لم تغيّر أسواق تجارة المفرّق والجملة فحسب، بل صناعات مثل خدمات المبيت والنقل والطعام، فضلاً عن العديد من المعاملات من شركة إلى شركة (B2B). وقد ارتفعت مبيعات السلع والخدمات من خلال المنصات المتصلة بالإنترنت خلال جائحة كوفيد-١٩ تماماً كما فعلت الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (الشكل ٣-١).

الشكل ٣-١: المبيعات عبر المنصات المتصلة بالإنترنت مزدهرة



ملاحظة: يغطي الرسم البياني منصات توسط (وساطة) رقمية (digital intermediation platforms) كما هي محدّدة في هذا الكتيب (على سبيل المثال، Uber) فضلاً عن تجار الجملة والمفرّق الإلكترونيين. في بعض الحالات يمكن أن يتعايش النموذجان الأعماليان على المنصة ذاتها (مثلاً، Amazon و Alibaba). تعكس الأرقام القيمة الإجمالية للسلع والخدمات المباعة على-يد أو من-خلال هذه الشركات، بمليارات الدولارات الأميركية، وفقاً للأسعار الجارية.

المصدر: UNCTAD (٢٠٢٢a)، استناداً إلى إعلانات الشركات.

إنّ تماشي المفاهيم والمصطلحات مع المبادرات السابقة يوفّر وضوحاً للمستخدمين ويضمن أنّ المراكمين يمكنهم الاستفادة من أدوات القياس الموجودة بالفعل لإنتاج تقديرات حول التجارة الرقمية. الأهمّ من ذلك أنّ المعيارين الإحصائيين، الطلب رقمياً والتسليم رقمياً، مشمولان، بحكم طبيعتهما، في تعريف منظّمة التجارة العالمية للتجارة الإلكترونية المذكور أعلاه. يوضح الشكل ١-٤ العلاقات بين التجارة الإلكترونية والتجارة الرقمية ومكوّناتهما.

بعد مشاورات مكثّفة مع المراكمين ورأسمي السياسات،^٦ بات هذا التعريف للتجارة الرقمية، الآن، مقبولاً على نطاق واسع، وأثبت للمراكمين الإحصائيين أنّه ممكن وعملي. وقد بدأت عدّة دول تتقدّم المفاهيم ومقاربات القياس التي قدّمتها النسخة السابقة من الكتيّب (راجع، على سبيل المثال، دراسات الحالة في الفصل ٦). وفوق ذلك أدمج مفهوم الطلب الرقمي والتسليم الرقمي بالكامل ضمن إطار جداول العرض والاستخدام الرقمية وبطريقة متناسبة معه (راجع الملحق «أ») وما أصدرته منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بعنوان «كتيّب مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية» (OECD، ٢٠٢٣).

١-٤ قياس التجارة الرقمية مفتاح لرسم سياسات فعّالة

المهدف من هذا الكتيّب هو مساعدة المراكمين الإحصائيين على تلبية احتياجات رأسمي السياسات إلى الحصول على بيانات إحصائية أفضل حول التجارة الرقمية.

ركّزت مجموعة العشرين (G20) بشكل كبير، بدءاً من رئاستها الصينية عام ٢٠١٦، على قياس الاقتصاد الرقمي، واستطرداً على قياس التجارة الرقمية. وقد دعا إعلان مجموعة العشرين الوزاري حول الاقتصاد الرقمي لعام ٢٠١٧، تحت الرئاسة الألمانية، إلى مراجعة الأطر الإحصائية كي تشمل الاقتصاد الرقمي وتعرّفه بشكل منفصل (G20 Research Group وجامعة تورنتو، ٢٠١٧). وبقيت مسألة القياس في رأس جداول أعمال الرئاسة الأخيرة لمجموعة العشرين. وقد ركّزت مجموعة العشرين بانتظام، من خلال فريق عمل التجارة والاستثمار وفريق عمليّات الاقتصاد الرقمي التابعين لها، على أهمية قياس التجارة الرقمية لتمكين رأسمي السياسات من تطبيق (harness) تدفّقات التجارة الرقمية ونظمها وتشكيلها.

يمكن الزعم إنّ رسم سياسات التجارة الدولية هو ذاك المجال لرسم السياسات حيث يُعدّ توفير بيانات شاملة وقابلة للمقارنة حول التجارة الرقمية النقطة المحورية الأهمّ لتقييم النفاذ الحالي إلى الأسواق في سياق بيئة أعمال متغيّرة بسرعة، وكذلك للتفاوض بشأن اتفاقيات الاقتصاد الرقمي الجديدة. غير أنّ التجارة الرقمية، على المستويين المحلي والدولي، تتأثّر، مثلما تؤثر، بالعديد من مجالات السياسة الأخرى، منها سياسة المنافسة، وسياسة الضرائب، فضلاً عن التنمية الاقتصادية والتّرع

تسليمها رقمياً، لكنّها لا تلتقط بشكل كامل مسألة كيفية تسليم هذه الخدمات بالفعل. من ناحية أخرى تستهدف المؤشّرات الركبنة المتّصلة بالتجارة الإلكترونية كيفية شراء المنتجات وبيعها، لكنّها لا تحدّد القيمة النقدية لهذه المعاملات، وغالباً ما لا ترسم الحدود المميّزة بين التجارة الإلكترونية المحلية ومثيلتها الدولية (UNCTAD، ٢٠٢٣). كذلك لا تزال المعلومات المتعلّقة بنشاط المنصّات عبر الإنترنت أجزاء مبعثرة، فتركّز على مجموعة فرعية محدّدة من المنصّات، ولا يمكن مقارنتها عبر البلدان بسبب الاختلافات في التعريفات وطرق المراكمة (OECD، ٢٠١٨a).

على مدار السنين العشرين الماضية، برزت مبادرات عدّة لقياس جوانب مختلفة من الدجتل. أهمّ مبادرة قياس يعتمد عليها هذا الكتيّب هي عمل منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ والأونكتاد حول تعريف التجارة الإلكترونية وقياسها، وعمل الأونكتاد حول التجارة الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات، وجهود منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ الأوسع بشأن القياس في سياق «مشروع التحوّل نحو الرقمية» (Going Digital Project).^٥ على صعيد رسم السياسات يُعرّف برنامج عمل منظّمة التجارة العالمية بشأن التجارة الإلكترونية، المُنشأ عام ١٩٩٨، التجارة الإلكترونية بأنّها «إنتاج سلع وخدمات أو توزيعها أو تسويقها أو بيعها أو تسليمها بالوسائل الإلكترونية» (WTO، ١٩٩٨a). وفي عهد أقرب تقترح ورقة López-González و Jouanjean (٢٠١٧) إطاراً للتجارة الرقمية مجدّداً لتحليل السياسة التجارية، ومن خلاله تُعتبر جميع المعاملات الممكنة رقمياً مشمولة ضمن التجارة الرقمية.

بناءً على كلّ ما سبق، قدّم الإصدار الأول من هذا الكتيّب (WTO، OECD، IMF و ٢٠١٩) رسمياً، ولأوّل مرّة، تعريفاً إحصائياً للتجارة الرقمية يجمع بين معياريّ الطلب الرقمي والتسليم الرقمي الرئيسيين: «التجارة الرقمية هي كلّ تجارة دولية تُطلّب (ordered) رقمياً وأو تُسلّم رقمياً». يعكس هذا التعريف الطابع المتعدّد الأبعاد لهذه الظاهرة من خلال تحديد طبيعة المعاملة بصفتها السمة المميّزة للتجارة الرقمية، مُقرّاً بإمكان وجود تداخل بين التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلّمة رقمياً.

التجارة المطلوبة رقمياً، والمُعرّفة في هذا الكتيّب بأنّها «بيع أو شراء دوليٍّ لسلعة أو خدمة يؤدّى عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها»، هي صدى لتعريف منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ للتجارة الإلكترونية (OECD، ٢٠١١). أمّا التجارة المسلّمة رقمياً، وتغطّي الخدمات فقط، فتعرّف بأنّها «جميع المعاملات التجارية الدولية التي تُسلّم عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية»، وتعتمد على مفهوم معاملات الخدمات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات كما طوّرها TGServ (UNCTAD، ٢٠١٥). هذا التعريف للتجارة المسلّمة رقمياً أوسع من التعريف الوارد في الإصدار الأول من هذا الكتيّب، إذ يغطّي أيّ شكل من أشكال التسليم الرقمي، لا حصراً طرق التوريد «المصمّمة خصيصاً» لغرض توريد الخدمات (راجع الفصل ٢). بذلك يصبح التعريف أوفر سهولة للتفسير والتنفيذ في الممارسة العملية.

الشكل ١-٤: التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية - مفاهيم أساسية وتعريفات إحصائية

برنامج عمل منظمة التجارة العالمية حول التجارة الإلكترونية؛

التعريف (١٩٩٨)

«إنتاج سلع وخدمات أو توزيعها أو تسويقها أو بيعها أو تسليمها بالوسائل الإلكترونية»

التجارة الرقمية

كتيب قياس التجارة الرقمية (IMF, OECD)

(UNCTAD, WTO, ٢٠٢٣)

«كلّ تجارة دولية تُطلب رقمياً و/أو تُورّد رقمياً»

التجارة الإلكترونية

تعريفها لأغراض القياس (OECD, ٢٠٠٩)

«بيع أو شراء لسلعة أو لخدمة يؤدّي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها»

التجارة المطلوبة رقمياً

=

التجارة الإلكترونية الدولية

«بيع أو شراء دولي لسلعة أو لخدمة يؤدّي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها»

التجارة المسلّمة رقمياً

«جميع المعاملات التجارية الدولية التي تسلّم عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية»

التجارة الإلكترونية المحلية

«بيع أو شراء محلي لسلعة أو لخدمة يؤدّي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها»

معاملات دولية طلبت رقمياً وسلّمت رقمياً في آن واحد

ملاحظة: تتوافق التعريفات الإحصائية للتجارة الإلكترونية والتجارة الرقمية تمامًا مع تعريف منظمة التجارة العالمية لبرنامج العمل حول التجارة الإلكترونية. فبالإضافة إلى التجارة الإلكترونية عبر الحدود، يغطي برنامج عمل منظمة التجارة العالمية أنشطة التجارة الإلكترونية المحلية لموردي خدمات مملوكين من أجنبي أو خاضعين لسيطرة أجنبية. كما يتوافق تعريف التجارة الرقمية الوارد في هذا الكتيب مع توصيف التجارة الإلكترونية في IMF (٢٠٠٩) (أي، «التجارة الإلكترونية هي طريقة لطلب منتجات أو تسليمها، جزئيًا على الأقل، بوسائل إلكترونية، كمثل الإنترنت أو شبكات أخرى بتوسط الحاسوب»).

المصدر: IMF, OECD, UNCTAD و WTO.

التجارة الرقمية وتطوّرها، مع المساعدة على استكشاف وقعها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي.

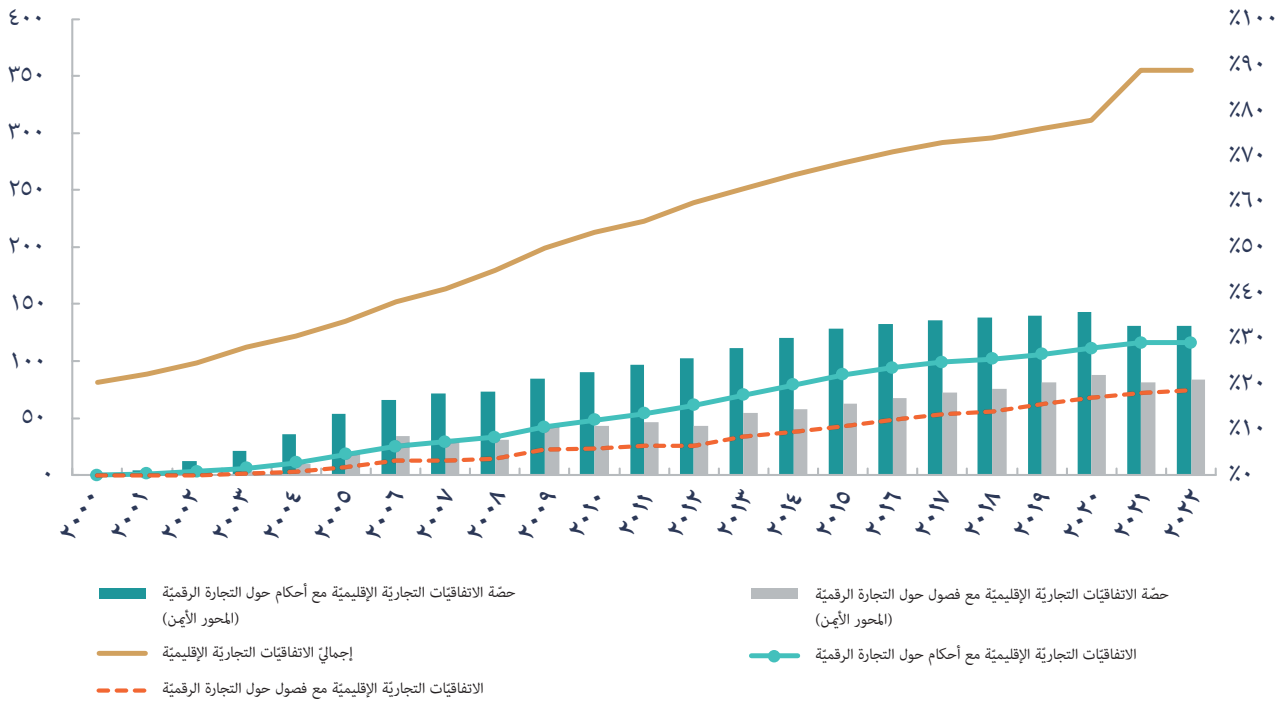
تغطي الاتفاقيات المتعددة الأطراف التي تعقد في إطار منظمة التجارة العالمية جوانب مهمة من المتاجرة الرقمية بالسلع والخدمات. ولا تزال الاتفاقية العامة للمتاجرة بالخدمات (GATS)، التي دخلت حيز التنفيذ في كانون الثاني/يناير ١٩٩٥، ذات أهمية قصوى للتجارة الرقمية. كما أنّ الاتفاقية العامة حول التعريفات الجمركية والتجارة (GATT)، التي دخلت حيز التنفيذ في تشرين الأول/أكتوبر ١٩٤٧، واتفاقية تيسير التجارة (TFA)، التي دخلت حيز التنفيذ في شباط/فبراير ٢٠١٧، دعمتا المتاجرة الرقمية بالسلع، فيما كانت اتفاقية تكنولوجيا المعلومات (ITA)، المبرمة في كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٦، مفتاحية من أجل إزالة الحواجز الجمركية أمام بعض منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الاقتصادي. يقدم هذا القسم لمحة موجزة عن احتياجات رسم السياسات وما تستدعيه من قياس أفضل للتجارة الرقمية.

١-٤-١ رسم سياسات التجارة الدولية

مع استمرار ترعرع التجارة الرقمية، تترعرع بالمثل المناقشات حول رسم سياسات التجارة الرقمية، وذلك ضمن «برنامج عمل» منظمة التجارة العالمية حول التجارة الإلكترونية، وعبر «المبادرة المشتركة» لمنظمة التجارة العالمية حول التجارة الإلكترونية، والاتفاقيات التجارية الإقليمية (RTA)، واتفاقيات الاقتصاد الرقمي (DEAs).^٧ غير أنّ هذه المناقشات تجري انطلاقًا من قاعدة بينات ضعيفة نسبيًا، الأمر الذي يحدّ من فهم ما تحمله الدجتل ورسم وسياساتها، وكذلك قنوات إرسالها، ونتائجها، من فوائد في المدين القصير والطويل. وهذا ما يؤكّد أهمية هذا الكتيب لجهة توفير التوجيه نحو فهم أفضل لطبيعة

الشكل ١-٥: ثمة اتفاقيات تجارية إقليمية متزايدة العدد لديها أحكام خاصة بالتجارة الرقمية



ملاحظة: يُظهر المحور العمودي عدد الاتفاقيات التجارية الإقليمية (المحور الأيسر) وحصة الاتفاقيات التجارية الإقليمية مع أحكام أو فصل خاص حول التجارة الرقمية (المحور الأيمن). لا يأخذ التحليل في الحسبان سوى الاتفاقيات السارية حاليًا. تشير عبارة «الاتفاقيات التجارية الإقليمية مع أحكام حول التجارة الرقمية» إلى وجود حكم واحد على الأقل يتعلق بالتجارة الإلكترونية/التجارة الرقمية، سواء في فصل منفصل ضمن الاتفاقية التجارية أم لا (مثلًا، أحكام الملكية الفكرية التي قد تكون مهمة للاقتصاد الرقمي ولكنها ليست كذلك في فصل منفصل حول التجارة الإلكترونية). تُعرّف الاتفاقيات التجارية الإقليمية عبر استخدام قاعدة بيانات RTA لمنظمة التجارة العالمية (<https://rtais.wto.org/>). الأحكام الرقمية مستمدة من قاعدة بيانات أحكام الاتفاقيات التجارية حول التجارة الإلكترونية والبيانات (TAPED) (<https://www.unil.ch/>). (<https://en/faculties/faculty-of-law/professorships/managing-director-internationalisation/research/taped>).

المصدر: López González.Sorescu ، و Kaynak (٢٠٢٣).

والمدفوعات الإلكترونية، فضلاً عن تدفق المعلومات والخصوصية وحماية المستهلك والأمن السيبراني.^٩

قبل «المبادرة المشتركة» حول التجارة الإلكترونية، كانت حوكمة القضايا المتعلقة بالتجارة الرقمية موضع مفاوضات موسعة في سياق اتفاقيات التجارة الثنائية والإقليمية. وفي العام ٢٠٢٢ كانت هناك ١١٦ اتفاقية على هذا الصعيد فيها أحكام حول التجارة الرقمية، وهو ما يمثل ٣٣ في المائة من جميع الاتفاقيات التي تمّ إبلاغها لمنظمة التجارة العالمية (الشكل ١-٥). وهي تغطي مجموعة من القضايا المتقاطعة، من تيسير التجارة الرقمية إلى الخصوصية، وحماية البيانات، وحماية المستهلك، وشيفرة المصدر، والرسوم الجمركية على عمليات الإرسال الإلكترونية، والأمن السيبراني.

في موازاة ذلك بدأت البلدان تتفاوض أيضاً على «اتفاقيات اقتصاد رقمي» أوسع نطاقاً. وتشمل هذه، من ضمن ما تشمل، اتفاقية الشراكة في الاقتصاد الرقمي (DEPA) بين تشيلي ونيوزيلندا وسنغافورة،^{١٠} واتفاقية اقتصاد رقمي (DEA) بين أستراليا وسنغافورة. تتضمن هذه الاتفاقيات عدّة قضايا

على الرغم من التغيير التكنولوجي السريع والبعيد المدى، بقيت القواعد والالتزامات التي تقوم عليها بيئة التجارة الرقمية المتعددة الأطراف من دون تغيير، على الرغم من حيادها تكنولوجياً. وقد بدأت المناقشات المتعددة الأطراف حول التجارة الرقمية عام ١٩٩٨ بإطلاق برنامج عمل منظمة التجارة العالمية حول التجارة الإلكترونية (WTO، ١٩٩٨a). وفي العام نفسه اتفق الأعضاء في منظمة التجارة العالمية على موراتوريوم حول الرسوم الجمركية على عمليات الإرسال الإلكترونية جاء في نصّه أنّ «الأعضاء سيواصلون ممارساتهم الحالية المتمثلة في عدم فرض رسوم جمركية على الإرسال الإلكتروني». ثمّ مُدِّد لهذا الموراتوريوم بشكل منتظم (آخر تمديد خلال المؤتمر الوزاري الثاني عشر في حزيران/يونيو ٢٠٢٢).^٨

في كانون الثاني/يناير ٢٠١٩ أكّدت مجموعة من أعضاء منظمة التجارة العالمية عزمها على بدء مفاوضات حول جوانب مختصة بالمناجحة ضمن التجارة الإلكترونية (WTO، ٢٠١٩). واعتباراً من تموز/يوليو ٢٠٢٣، كان ٨٩ عضواً يشاركون في «المبادرة المشتركة» حول التجارة الإلكترونية ويعالجون مجموعة من القضايا، منها تطوير ضوابط متصلة بالتوقيعات الإلكترونية

تمت مناقشتها في اتفاقيات التجارة الحالية، مثل الاتفاقية الشاملة والمتدرجة للشراكة عبر المحيط الهادئ (CPTPP)، لكنها توسع النقاش ليشمل مجالات أخرى، كالذكاء الاصطناعي (AI).

على الرغم من التقدم المحرز دوليًا في مناقشة أحكام متعلقة بالتجارة الرقمية، تشير بيانات مستمدة من «مؤشر تقييد المتاجرة بالخدمات الرقمية» (DSTRI) لدى منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي إلى أن النواظم المحلية التي تفسد التجارة الرقمية أصبحت أكثر تضييقًا. وتمثل النواظم المتعلقة بالبنية التحتية والتموصلية، والمتضمنة قيودًا على تدفقات البيانات عبر الحدود ومتطلبات حول موضة البيانات، الجزء الأكبر من الزيادة في المؤشر (انظر الشكل ١-٦).

إنّ قياس تدفقات التجارة الرقمية بطريقة كمية وقابلة للمقارنة لن يوفر معلومات طال انتظارها لدعم مناقشات رسم السياسة التجارية فحسب، بل قاعدة لتحليل وفهم الآثار التي ترتبها التغييرات في النواظم الوطنية على التجارة الرقمية، سواء عبر إزالة التدابير التقييدية أو إدخال تدابير جديدة، ولإرساء ممارسات ناعمة جيدة.

١-٤-٢ المتاجرة بالسلع المنخفضة القيمة والعتبات الدنيا (de minimis thresholds)

يمكن أن تكون رقمنة المعلومات أداة قوية لتسهيل التجارة، لأنّ تبادلاً أسهل للبيانات يمهّد الطريق أمام إجراءات تخليص جمركي أسرع وتحسين في تدبير المخاطر. على سبيل المثال، يوجب «إطار معايير التجارة الإلكترونية العابرة للحدود» الذي وضعته منظمة الجمارك العالمية (WCO) إنشاء إطار قانوني ونظام لتبادل متقدم للبيانات الإلكترونية بين الأطراف المشاركة في سلسلة توريد التجارة الإلكترونية، ويطلب إدارات الجمارك وغيرها من الوكالات الحكومية ذات الصلة بتعزيز تدابير التيسير والمراقبة (WCO، ٢٠٢٢).

كما تشجّع منظمة الجمارك العالمية على تبادل معزّز للمعلومات وعلى التعاون بين الوكالات بشأن التدفقات عبر الحدود للمبرومات (packages) المنخفضة القيمة. وكنيجة لظهور المنصات عبر الإنترنت، تعبر السلع المنخفضة القيمة، بزيادة، الحدود الدولية أكثر من أي وقت مضى. وقد أدى هذا الواقع إلى بروز سوانح جديدة، ليس أقلها للأفراد وللشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم (MSMEs)، من أجل المشاركة بشكل مباشر في التجارة، لكنّه أثار في المقابل تحديات جديدة لكل من القياس ورسم السياسات (López González و Sorescu، ٢٠٢١).

يمكن أن تنشأ تحديات القياس كنتيجة للعتبات الدنيا (de minimis thresholds)، إذ يمكن لهذه الأخيرة أن تجعل البضائع معفاة من الرسوم الجمركية و/أو الضرائب، فضلاً عن

تحويلها الاستفادة من تعجيل في الإجراءات مع متطلبات توثيق أقل. وعلى الرغم من التوصيات بضرورة تقدير التجارة المنخفضة القيمة في إحصاءات تجارة البضائع (UN، ٢٠١١)، فإن قيمة السلع التي تقع دون عتبات دنيا غالباً ما لا تسجل. يساعد هذا الكتيب، من خلال توفير التوجيه حول تحسين التدابير الرسمية للسلع المطلوبة رقمياً (انظر الفصل ٣)، بما في ذلك إمساك أفضل بالتجارة المنخفضة القيمة، في بناء قاعدة بيانات تتيح فهمًا أفضل للتحديات والفرص التي تثيرها المتاجرة بالسلع الزهيدة القيمة.

١-٤-٣ رسم سياسة المنافسة

لدى المنصات المتصلة بالإنترنت قدرة تأثير على المنافسة وعلى هيكلية الأسواق عبر مختلف الصناعات. ويمكنها أن تولّد فوائد للمستهلكين في العديد من الأسواق، بما في ذلك انخفاضاً في الأسعار وازدياداً في إمكانية النفاذ ومزيداً من التنوع.

في الوقت عينه يمكن أن تتسبب نماذج أعمال هذه المنصات في طرح أسئلة حول كيفية تكيف الأطر الناعمة الحالية مع الدجته (G7 Germany، ٢٠٢٢). لقد أبرز حجم بعض الشركات الرقمية الكبيرة، على سبيل المثال، وامتدادها عبر أسواق متعددة، مخاطر قيام سلوك قاتل للمنافسة، وارتسام قوة سوقية دائمة (ومن ثمّ انخفاض في ديناميكية السوق والابتكار)، ومخاطر سيستمية، وسعيًا وراء الكسب الربحي (مثلاً عبر مجموعات الضغط) (UNCTAD، ٢٠١٩).

من هنا أهمية عرفة هذه الجهات الفاعلة بشكل منفصل ضمن إطار التجارة الرقمية، وتطوير إحصاءات ملائمة يمكنها تقييم دور هؤلاء الوسطاء في التجارة الدولية تقييماً أفضل.

١-٤-٤ رسم السياسة الضريبية

لقد أتاحت الدجته مجالاً أكبر للشركات كي تصدّر منتجاتها إلى أسواق من دون وجودها الماديّ فيها. وهذا ما يتعارض مع إسناد الحقوق الضريبية على أساس الوجود الماديّ. كما تعمل الدجته بالفعل على مفاقة التحديات القائمة حالياً في ما يتعلق بتحويل الأرباح، إذ يمكن للشركات المتعددة الجنسيات (MNEs)، بسهولة أوفر، نقل الأصول غير الملموسة والعالية القيمة إلى ولايات قضائية منخفضة الضرائب بغية تقليل أعبائها الضريبية. هذه هي الحال بالنسبة إلى أصول الملكية الفكرية، لكن الأمر عينه ينسحب أيضاً على مجموعة كاملة من الأصول الأخرى القائمة على المعرفة، ولا سيما أصول التسويق.

ستساعد القدرة على تكمية (quantifying) مثل هذه التدفقات الموردة رقمياً على إثراء النقاش حول الضرائب الدولية، ومن المحتمل أن توجّه نحو حلّ ثنائي الركائز طرحه «إطار عمل تاكل القاعدة وارتحال الأرباح» (BEPS) بمبادرة مشتركة من منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومجموعة العشرين (OECD و G20، ٢٠٢١). بموجب هذه المقاربة تتضمن «الركيزة

تشكل مصدرًا مفيدًا يتيح قياس بعض عناصر التجارة المطلوبة رقميًا وتلك المسجلة رقميًا (راجع الفصلين ٣ و ٤).

١-٤-٥ التزعر الاقتصادي والتنمية الاقتصادية

من المقبول على نطاق واسع أن التجارة الرقمية توفر فرصًا جديدة مهمة، لكن هناك أيضًا شعور بأن العديد من الاقتصادات النامية متخلفة من حيث البنية التحتية، والمهارات، والبيئة الناعمة اللازمة للاستفادة من هذه الفرص (UNCTAD، ٢٠٢٢d). يُعدّ افتتاح السوق عنصرًا ضروريًا يتيح جني الفوائد من التجارة الرقمية، ولكنه ليس كافيًا. ثمة حاجة إلى مقارنة شاملة على الأرض تحوش سياسات المهارات، والتجارة، والمنافسة، والضرائب، والابتكار، والتواصل، إذا أردنا تجنب الفجوة الرقمية المتزايدة.

في المؤتمر الوزاري الثاني عشر لمنظمة التجارة العالمية، اتفق الأعضاء الأطراف على إعادة تنشيط العمل تحت راية «برنامج العمل حول التجارة الإلكترونية»، ولا سيما بما يتماشى مع بعده التنموي^{١١}. كما اتفق الأعضاء الأطراف على أن التوصلية الرقمية ستكون أحد المجالات الثلاثة ذات الأولوية في برنامج عمل منظمة التجارة العالمية المعنون «المساعدة من أجل التجارة» (Aid for Trade) للفترة ٢٠٢٣-٢٠٢٤. ينبغي أن تسهم أنشطة التعاون الإنمائي في سدّ فجوات التوصلية الرقمية وتكنولوجيا المعلومات (IT) بهدف دعم بيئة مؤاتية لتيسير ريادة الأعمال والتجارة في البلدان النامية والبلدان الأقل نموًا (LDCs).

هنا يتمثل التحدي في ضمان عدم تخلف الاقتصادات النامية عن ركب القدرة على تقديم بيانات من أجل رسم السياسات. يستعرض هذا الكتيب تجارب مختلفة من اقتصادات نامية لإنتاج استشرافات حول التجارة الرقمية (راجع الفصل ٦).

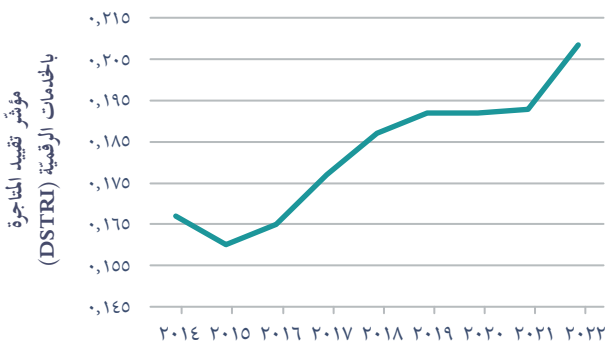
الأولى» إعادة توزيع الحقوق الضريبية بين الاقتصادات وفقًا لحصة أرباح الشركات المتعددة الجنسيات الأكبر حجمًا والأكثر ربحًا في العالم. كما تنطوي الركيزة الأولى على إعادة توزيع بعض الحقوق الضريبية على الشركات المتعددة الجنسيات من جانب اقتصاداتها الأصلية إلى الأسواق التي تمارس فيها هذه الشركات المتعددة الجنسيات أنشطة تجارية وتحقق أرباحًا، بغض النظر عما إذا كان لها وجود فعلي هناك. أما «الركيزة الثانية» فتتناول ما يكفل أن تخضع الشركات المتعددة الجنسيات التي يبلغ حجم مبيعاتها السنوية أكثر من ٧٥٠ مليون يورو، بمجموعاتها كافة، لمعدل ضريبي فعال لا يقل عن ١٥ في المائة.

إلى جانب مسألة الضرائب على الشركات، خلقت الدجته السريعة تحديات كبيرة لأطر الضرائب غير المباشرة على مستوى العالم أجمع، كمثل فرض وجباية ضريبة القيمة المضافة (VAT) على مبيعات الخدمات عبر الإنترنت وعلى السلع المادية في التجارة الدولية. بالنسبة إلى معظم البلدان، تعدّ ضريبة القيمة المضافة أكبر مصدر منفرد لإيرادات الضرائب غير المباشرة، وفي العديد من الاقتصادات النامية تعدّ ضريبة القيمة المضافة أكبر مصدر منفرد لجميع الإيرادات الضريبية (OECD، ٢٠٢٢). الغرض من ضريبة القيمة المضافة هو توليد إيرادات حكومية من خلال ضريبة واسعة النطاق على الاستهلاك النهائي، ويترتب على ذلك أن فرضها في المعاملات الدولية يمنح الولاية القضائية التي يتم فيها الاستهلاك حق فرض ضرائب على التوريدات الدولية.

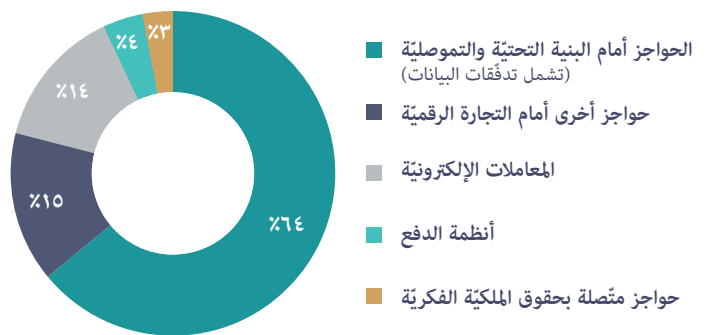
سيكون القياس الدقيق للتجارة الرقمية عونًا للحكومات على تكيف أطرها الضريبية مع نماذج أعمال جديدة. كما أن المعلومات حول ضريبة القيمة المضافة يمكنها، في حدّ ذاتها، أن

الشكل ١-٦: تزايد الحواجز أمام التجارة الرقمية وتتركز على قضيتي البنية التحتية والتوصلية

A. تطور مؤشر DSTRI في مجرى الزمن (٢٠١٤-٢٠٢٢)



B. حصة القياسات العابرة للفئات (٢٠٢٢)



ملاحظة: تُظهر اللوحة (A) المعدّل البسيط لمؤشر DSTRI بالنسبة إلى الاقتصادات الـ ٧٤ المشمولة حاليًا. يتراوح مؤشر DSTRI بين صفر وواحد، وواحد هو الأكثر تقييدًا.

المصدر: OECD (٢٠٢٢).

١-٥ الغرض من الكتيب وهيكلته

الهدف من هذا الكتيب تزويد المراكمين بتعريف إحصائي للتجارة الرقمية، وإطار مفاهيمي للقياس، وإرشادات مراكمة عملية حول كيفية جعل معاملات التجارة الرقمية أكثر وضوحًا في الإحصاءات الحالية حول المتاجرة الدولية بالبضائع والخدمات.

يوفر هذا الإصدار الثاني للكتيب، مستندًا إلى الإصدار الأول (IMF، OECD و WTO، ٢٠١٩) ومتوسِّعًا فيه، توضيحات مفاهيمية عديدة، مع الحفاظ على تعريف القياس وإطاره، بوجه عام، من دون تغيير. وهو يعتمد على مشاورات مكثفة مع مجموعة واسعة من المراكمين الإحصائيين الوطنيين والمنظمات الدولية، وأصحاب المصلحة المفتاحيين الآخرين في مجال إحصاءات التجارة وتحليل رسم السياسات. العمل المقدم في هذا الكتيب طليعي في القياس الإحصائي، ويساهم في تطوير مجال إحصاءات التجارة الرقمية من خلال:

- تقديم تعريف إحصائي للتجارة الرقمية ومكوناتها؛
- إنشاء إطار مفاهيمي حول كيفية قياس التجارة الرقمية؛
- اقتراح نموذج إبلاغ لتسجيل المعاملات التجارية الرقمية؛
- توفير إرشادات مخصصة حول المراكمة؛
- تشاطر أفضل الممارسات ودراسات الحالة.

الكتيب مُهيكل على الوجه الآتي:

يقدم الفصل الثاني الإطار المفاهيمي ونموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية.

تقدم الفصول ٣ و ٤ و ٥ إرشادات المراكمة حول مكونات التجارة الرقمية المحددة في الإطار المفاهيمي: يركز الفصل ٣ على قياس التجارة المطلوبة رقميًا، ويعرض الفصل ٤ قياس التجارة المسلمة رقميًا، ويتناول الفصل ٥ التحديات المخصصة ذات الصلة لتسجيل المعاملات التي تتيحها منصات التوسط الرقمية.

أخيرًا يعرض الفصل السادس دراسات حالة مفصلة أسهمت فيها الصين وجامايكا وإسبانيا وتركيا.

تستند الفصول إلى ممارسات مراكمة موجودة، وقد استفادت بشكل كبير من المدخلات الواردة من مراكمين وطنيين. لكن، وبما أن هذا المجال ما زال قيد التطور، وممارسات المراكمة ما زالت غير راسخة بعد، يدرك مؤلفو الكتيب أن الجهود الدولية المنسقة تبقى مطلوبة لمواجهة التحديات العملية والمفاهيمية المتبقية.

١-٦ مجالات العمل الجارية على قدم

وساق

يحاول هذا الكتيب، قدر الإمكان، تغطية جميع قضايا الدجلة ذات الصلة بإحصاءات التجارة. غير أنه يدرك أيضًا أن جهود القياس لا تزال، في بعض المجالات، برعمية، ومن ثم ستبقى الحاجة ماسة إلى مزيد من البحث المفاهيمي، بالإضافة إلى التوزيع التجريبي، لتحسين الإرشادات الواردة في هذا الكتيب وترهيفها.

مثلًا، ثمة حاجة إلى مزيد من الأبحاث حول تغطية الطلبات المؤداة بواسطة وظائف الدردشة عبر الإنترنت، وحول إضافة خدمات جديدة إلى قائمة الخدمات المسلمة رقميًا مع تنامي التقدم التكنولوجي، وحول توفير خدمات إضافية - كخدمات المستودعات - من خلال منصات التوسط الرقمية.

هناك أيضًا موضوعات كان البحث المفاهيمي فيها جاريًا على قدم وساق عند كتابة هذا الكتيب، ومن ثم لم يُعطها الإطار المفاهيمي. أيضًا، وبالنسبة إلى بعض الموضوعات، لا تزال التحديات أمام المراكمة مرتسمة. حاليًا يجري تقصي العديد من هذه القضايا في سياق تحديث نظام الأمم المتحدة للحسابات القومية (SNA)^{١٣} لإنتاج «SNA ٢٠٢٥»، ودليل ميزان المدفوعات (BPM) التابع لصندوق النقد الدولي لإنتاج BPM7.

١-٦-١ الدجلة والاستثمار والملكية الفكرية

تسهم الدجلة في مفاكمة بعض أشهر التحديات التي تواجه قياس التجارة الدولية. مثلًا، يمكن بسهولة «تحريك» منتجات الملكية الفكرية عبر الحدود الدولية، غالبًا ضمن الشركة نفسها المتعددة الجنسيات، وفي هذه الحالة يغدو إسناد الحياة الاقتصادية لمنتجات الملكية الفكرية هذه، ومن ثم تحديد نوع المعاملات ذات الصلة وأجّاهها، مهمة غير تافهة (IMF، ٢٠٠٨).

لقد أدت الدجلة أيضًا إلى تغبش الخطوط الفاصلة بين معاملات الخدمات عبر الحدود (كما يغطيها ميزان المدفوعات) ومبيعات/مخرجات الخدمات بسبب إنشاء شركات تابعة أجنبية (foreign affiliates). في حالة منصات التوسط الرقمية، وغيرها من المنصات التي توفر النفاذ إلى محتوى منتج الملكية الفكرية، مثل منصات الدفقية (streaming)، يمكن لهذه الخطوط أن تصبح أكثر تغبشًا بعد.

صحيح أن قضايا كهذه لا تقوّض الإطار المفاهيمي للقياس كما هو معروض في هذا الكتيب، لكن تعقد المعاملات وهنا يستدعي تطوير مزيد من التوجيهات حول مناهج المراكمة الممكنة التحقيق والقابلة للمقارنة، وذلك بالاستناد إلى تجارب البلدان.

١-٦-٢ تدفقات البيانات عبر الحدود

يمكن للتجارة والإنتاج أن يعتمدا بشكل كبير على بيانات

التشفير ومعماريّة لامركزيّة من-نظير-إلى-نظير استنادًا إلى تكنولوجيا الدفتر المتوزّع (DLT)، وهي تمكّن طرفين من التعامل المباشر واحدًا مع الآخر من دون الحاجة إلى وسيط موثوق به». الأصول المشفّرة غير الملزومة هي الأصول المصمّمة للعمل كوسيط عامّ للتبادل من دون مسؤولية مُلزمة، مثل Bitcoin و Ether. في سياق تحديث كلّ من BPM6 و SNA ٢٠٠٨، تمّ التوصل إلى اتفاق في آذار/مارس ٢٠٢٣ أوصى بمعاملة الأصول المشفّرة غير الملزومة كأصول غير ماليّة وغير منتجة، ومن ثمّ استبعادها من نطاق التجارة الرقمية.^{١٤}

كما تمّ اتفاق آخر يقضي بأنّه يمكن إعادة النظر في التوصية إذا نشأت تغييرات سوقية و/أو ناظرية و/أو محاسبية كبيرة، قبل أو بعد إصدار الكراسيات الدليلية عام ٢٠٢٥. ومع الأخذ في الحسبان أيضًا أنّ إطار القياس المقترح في هذا الكتيب متوافق بشكل عامّ مع BPM6، لا يُعتبر في الوقت الحاليّ أيّ أصل مشفّر غير ملزوم مشمولاً ضمن قياس التجارة الرقمية.

١-٦-٥ إرشادات تكميلية لقياس قيمة التجارة الإلكترونية

تشكّل التجارة المطلوبة رقمياً تفرعة من التجارة الإلكترونية الكليّة، حيث البائع والمشتري هما في إقليمين اقتصاديين مختلفين. وقد أنشأ فريق العمل التابع للأمم المتحدة والمعني بقياس التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، خلال اجتماعه في تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٢٢، فرقة عمليّات لمناقشة ممارسات القياس الدولية ذات الصلة مناقشة مفصلة، والعمل على وضع مبادئ توجيهية لدعم البلدان وتشجيعها في شأن قياس قيمة التجارة الإلكترونية. ونظرًا إلى العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة المطلوبة رقمياً، سيدعم هذا الجهد عمّلة (operationalization) واعتماد إرشادات المراكمة الواردة في الفصل ٣ من هذا الكتيب حول استخدام المسوح لقياس التجارة المطلوبة رقمياً.

١-٧ وضع الكتيب موضع التنفيذ

يؤقّر هذا الكتيب قاعدة مشتركة يمكن للمراكمين الإحصائيّين أن يستندوا إليها لإنتاج قياسات حول التجارة الرقمية. غير أنّ تحديات شتّى قد تواجه البلدان عند وضعها الكتيب موضع التنفيذ، من تطبيق المفاهيم الركنية على السياق الوطنيّ المخصوص وعلى مصادر البيانات المتاحة، إلى مراكمة وترويج الإحصاءات الناتجة.

يرسي هذا الكتيب ركيزة لقيام برنامج نشط للمساعدة التقنية، الإقليمية منها والثنائية الأطراف، ولبناء القدرات، ولورش عمل تتيح للمنظمات الشريكة المسهمة في التأليف، وهي صندوق النقد الدوليّ، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ، والأمم المتحدة، ومنظمة التجارة العالمية، دعم البلدان في قياس التجارة الرقمية. يمكن تنفيذ برنامج الأنشطة هذا من ضمن الأنشطة الحالية التي تجريها الوكالات الأربع، أو من خلال تطوير برامج مخصصة لقياس التجارة الرقمية.

ومعلومات تُتبادل بشكل متزايد عبر الحدود. تخلق تدفّقات البيانات عبر الحدود فرصاً تجارية جديدة، ولكنها تضخّم أيضًا مخاوف متصلة بحماية الخصوصية، والأمن الرقمي، والأمن القوميّ، ووضع نواظم للمال، والمنافسة، والسياسة الصناعية. من أجل ترسيم سياسات مناسبة حول تدفّقات البيانات عبر الحدود، من المحوريّ تطوير عمليّات قياس أفضل لحجم تدفّقات البيانات الدولية، وتقييمات أفضل للظروف التي تعبر في ظلّها البيانات الحدود بشكل فعّال.

تُعَدّ بعض تدفّقات البيانات الدولية تظهرياً مباشراً للتجارة الرقمية، لأنّها ناشئة عن تأدية طلبية أو تسليم خدمة عبر شبكات الحاسوب. تُحتسب القيمة الاقتصادية المرتبطة بتدفّقات البيانات هذه من خلال تسجيل قيمة المعاملة التي تيسرها هذه التدفّقات في التجارة الرقمية. عندما تُتداول أصول البيانات (مثل قواعد البيانات) دولياً كمنتجات، تُحتسب هذه المعاملات أيضًا ضمن التجارة الرقمية. في الوقت نفسه ليست كلّ تدفّقات البيانات عبر الحدود ناشئة عن معاملات تجارية أو مرتبطة بها (UNCTAD، ٢٠٢١).

صحيح أنّ التجارة المسلمة رقمياً تعكس بالفعل جزءاً من مكوّنات البيانات ضمن المعاملات، إلّا أنّ قياس قيمة الأصول وتسجيلها بناءً على البيانات الأساسية لمعاملات السلع والخدمات ما زال موضوع مناقشة في سياق تحديث الأطر الإحصائية الماكرو-اقتصادية. سنحتاج إلى مزيد من الأبحاث والاختبار لفهم التداعيات فهماً كاملاً.

١-٦-٣ الحوسبة السحابية

تُستخدم خدمات الحوسبة السحابية بشكل متزايد، وتعريفها أنّها «حوسبة، وتخزين بيانات، وبرمجيات، وخدمات ذات صلة من تكنولوجيا المعلومات، يُنفذ إليها عن بُعد عبر شبكة، وتوفّر عند الطلب عبر استخدام مُقاس للموارد يُتيح استيفاء رسوم على أساس الدفع-لكل-استخدام»، لتحل محلّ تملك معدّات لتكنولوجيا المعلومات في-مكان-العمل. الموردون الرئيسيّون لخدمات الحوسبة السحابية هم الشركات المتعددة الجنسيات التي تمتدّ عمليّاتها عبر بلدان عدّة، مع قاعدة زبائن عالمية مرتقبة. وعلى الرغم من وجوب تسجيل المعاملات الدولية المدفوعة من جزاء الحوسبة السحابية كمتاجرة بخدمة، فإنّ تحديد موقع نشأة الخدمة وموقع استهلاكها يمثل مهمّة صعبة من الناحية العملية، حتّى لو كانت الدولتان، المسدّة والمستوفية، معروفتين.

علاوة على ذلك، وعطفاً على النقطة أعلاه حول تدفّقات البيانات عبر الحدود، تعتمد الحوسبة السحابية، في الغالب، على عمليّات تحويل لبيانات دولية بين الأطراف ذات الصلة، وهذه تتمّ بدون معاملة نقدية متلائمة (IMF، ٢٠٢٢).

١-٦-٤ الأصول المشفّرة غير الملزومة

تُعرّف الأصول المشفّرة بأنّها «تمثيلات رقمية للقيمة ركيزتها

حواشٍ ختامية

- ١٠ بالإضافة إلى اتفاقية الاقتصاد الرقمي بين المملكة المتحدة وسنغافورة (كانون الأول/ديسمبر ٢٠٢١)، أعربت كندا عن رغبتها في الانضمام إلى DEPA، وقدمت الصين طلباً رسمياً للانضمام (تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٢١)، وتمّ التوصل إلى اتفاق مع جمهورية كوريا من أجل بدء المفاوضات حول انضمامها رسمياً. كما أنّ سنغافورة وجمهورية كوريا، في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٢١، اختتمتا مناقشاتهما حول اتفاقية الشراكة الرقمية بين كوريا وسنغافورة (KSDPA)، ودخلت هذه الاتفاقية حيز التنفيذ في ١٤ كانون الثاني/يناير ٢٠٢٣.
- ١١ راجع <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/MIN22/32.pdf&Open=True>.
- ١٢ راجع <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/COMTD/AFTW95.pdf&Open=True>.
- ١٣ راجع <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna.asp>.
- ١٤ تعتبر الأصول المشفرة القابلة للاستبدال والملزومة، كالعملات المعدنية المستقرة مع حقّ مطالبة من المصدر، أصولاً مالية، لكنّها أيضاً غير مشمولة ضمن التجارة الدولية.
- ١ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>.
- ٢ https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_BUS.
- ٣ https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx?ReportId=81140&IF_Language=eng.
- ٤ أطراف فريق العمليات هم الأونكتاد، وشعبة الإحصاء في الأمم المتحدة (UNSD)، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD)، ومنظمة التجارة العالمية (WTO)، والاتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، ولجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (UNESCA)، والبنك الدولي.
- ٥ راجع <https://www.oecd.org/digital/going-digital-project/>.
- ٦ ناقش الفريق العامل على إحصاءات المتاجرة الدولية بالسلع والخدمات (WPTGS)، والتابع لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، هذا الكتيب بتوسّع، وأقرّه في اجتماعاته السنوية لأعوام ٢٠٢٠ و ٢٠٢١ و ٢٠٢٢. كما ناقش هذا الكتيب باستفاضة فريق العمل التابع للأونكتاد والمعني بقياس التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي.
- ٧ كما أُحرز تقدّم هامّ على مستوى رسم السياسات من خلال مبادئ التجارة الرقمية لوزراء التجارة في مجموعة السبع، المتفق عليها مؤخراً، (<https://www.gov.uk/government/news/g-vtrade-ministers-digital-trade-principles>) وهي تضمن أسواقاً رقمية مفتوحة، وتدققاً حرّاً وأمنّاً للبيانات، وضمانات للعمال والمستهلكين ومؤسسات الأعمال، وأنظمة تجارة رقمية، وحوكمة عالمية منصفة واشتمالية.
- ٨ قرار الموراتوريوم الأصليّ موجود في WTO (١٩٩٨b)، أمّا التمديد الأخير فوارد في WT/L/١١٤٣ و WT/MIN(٢٢)/٣٢ (<https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/MIN22/32.pdf&Open=True>).
- ٩ للوصول إلى البيان المشترك الأصليّ حول التجارة الإلكترونية لعام ٢٠١٧: <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/MIN17/60.pdf> في كانون الثاني/يناير ٢٠١٩، أكّد المشاركون عزمهم على بدء مفاوضات حول التجارة الإلكترونية (<https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/L/1056.pdf&Open=True>). وقد أشار الرؤساء بالشراكة (أستراليا واليابان وسنغافورة) للمناقشات، في بيان تاريخه ٢٠ كانون الثاني/يناير ٢٠٢٣، إلى تقدّم محرّز في عشرة بنود - «التجارة غير الورقية، العقود الإلكترونية، الاستيثاق الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني، الرسائل الإلكترونية التجارية التطفلية، حماية المستهلك عبر الإنترنت، البيانات الحكومية المفتوحة، النفاذ المفتوح إلى الإنترنت، الشفافية، الأمن السيبراني، أطر المعاملات الإلكترونية». (https://www.wto.org/english/news_e/news23_e/igo_20jan23_e.pdf).



٢- الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية

استنادًا إلى مبادرات قياس سابقة، وتأكيدًا على احتياجات رسم السياسات، يُعرّف هذا الفصل التجارة الرقمية بأنها «كلّ تجارة دولية تُطلَب رقميًا و/أو تُسلَّم رقميًا». كما يرسم إطارًا مفاهيميًا يُعرِّف المعاملات التجارية الرقمية ضمن أطر القياس الحالية للتجارة الدولية، محدّدًا كيف تُعرّف المعاملات التجارية الرقمية، وأيّ منتجات هي المعنية، ومن هم الجهات الفاعلة في التجارة الرقمية.

انطلاقًا من الإطار المفاهيمي يطور الفصل نموذج إبلاغ يرسم ما هي، في التجارة الرقمية، المكونات المفتاحية اللازمة لإرشاد مناقشات رسم السياسات.

٢-١ قياس التجارة الرقمية:

الإطار الإحصائي

تمسّ الدجتلّة التجارة الدولية على مستويات عدّة عبر تغيير طريقة التداول في السلع والخدمات، وعبر إنشاء منتجات رقمية جديدة تمامًا للتداول الدولي. كما أنّ للدجتلّة، وبنفس المقدار، تأثيرًا تحويليًا كبيرًا على العديد من الصناعات القائمة: فمن خلال «تقليص المساحة» بين المستهلكين والمنتجين، وما بين المنتجين، توّفر نفاذًا إلى أسواق جديدة لم يكن من الممكن تخيّلها سابقًا، ولا سيما للمؤسسات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم (MSMEs).

غير أنّ تحديد الموقع الإجماليّ للدجتلّة على التجارة الدولية يتجاوز نطاق هذا الكتيّب. الهدف من هذا الفصل، وفي الواقع من هذا الكتيّب، هو تكوين فهم مشترك لـ (١) ما تشير إليه «التجارة الرقمية»، و (٢) كيفية ارتباطها بالتجارة الدولية ككلّ.

أحد المصطلحات المفتاحية الذي حضّ على طلب بينات أفضل حول التجارة الرقمية كان تحسّسًا مُفاده أنّ أجزاء كبيرة من الاقتصاد، وتاليًا من التجارة الدولية، لا تخضع للتسجيل بسبب الدجتلّة (Ahmad و Schreyer، ٢٠١٦؛ Corrado وآخرون، ٢٠٢١). حتّى إذا كان من المقبول عمومًا أنّ الأطر الإحصائية الحالية ما زالت مناسبة تمامًا لقياس التجارة الدولية^١، فإنّ كون التجارة الرقمية غير مرئية ضمن حيّز الإحصاءات الحالية يعيق القدرة على تقييم وقع السياسة التجارية المرسومة، وقد يؤدي إلى التحسّس المغلوط القائل بأنّ الدجتلّة في التجارة ليست مقاسة بدقة.

يعتمد التعريف الإحصائيّ للتجارة الرقمية على طبيعة المعاملة، لا على خصائص المنتج المتداول أو خصائص الجهات الفاعلة المشاركة في المعاملة. يعرّف هذا الكتيّب التجارة الرقمية بأنّها:

«كلّ تجارة دولية تُطلَب رقميًا و/أو تُسلّم رقميًا.»

هذا التعريف هو جوهر الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية، المعروض في الشكل ٢-١. وهو يعني، ضمّنًا، أنّه ينبغي تجميع معاملات التجارة الرقمية كزمرة جزئية من المعاملات التجارية القائمة، أي (١) إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع على أساس عابر للحدود كما تعرّفها «إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع: المفاهيم والتعريفات» (IMTS) ٢٠١٠ (UN، ٢٠١١) و (٢) إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات (المعاملات بين المقيمين وغير المقيمين، كما يعرفها «دليل ميزان المدفوعات ووضعيات الاستثمار الدوليّ، الإصدار السادس» (BMP6) (IMF، ٢٠٠٩) و «دليل إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات» (MSITS) ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠).^٢ وعليه، فبغضّ النظر عمّا يمكن أن يكون للدجتلّة من تأثير على الحضور التجاريّ، لن تكون إحصاءات الشركات الأجنبية التابعة مشمولة في نطاق قياس التجارة الرقمية^٣.

كما هو موضح في الجزء العلويّ من الشكل ٢-١،

يشمل الإطار المفاهيمي للتجارة الرقمية المعاملات التي تغطّيها، من حيث المبدأ، القياسات المعهودة للمتاجرة الدولية بالسلع والخدمات والواقعة ضمن حيّز الإنتاج في «نظام الأمم المتحدة للحسابات القومية» (SNA) ٢٠٠٨ (UN وآخرون، ٢٠٠٨). لذا فإنّ المعاملات النقدية لمنتجات البيانات (على سبيل المثال، مشتريات مجموعات البيانات)، عندما تتخذ شكل معاملات خدمات^٤، تقع أيضًا ضمن نطاق التجارة الرقمية. كما تُدرج أيضًا ضمن هذا النطاق، بالطبع، المعاملات النقدية المدعومة بتدفّقات بيانات عندما تكون هذه المعاملات التجارية مطلوبة و/أو مسلّمة رقميًا.

يقرّ الإطار المفاهيمي أيضًا بوجود تدفّقات رقمية غير نقدية واهتمام متزايد بها، كما يوضحه القسم السفليّ من الشكل ٢-١. من الأمثلة على ذلك ما يرد إلى محرّكات البحث وشبكات التواصل الاجتماعيّ من تدفّقات بيانات غير منطوية على معاملة نقدية مباشرة، ولكنّها داعمة لها (مثلًا، الخدمات التي يدفعها المعلنون). غير أنّ هذه التدفّقات الرقمية غير النقدية تقع خارج حيّز الإنتاج في نظام ٢٠٠٨ للحسابات القومية (UN، ٢٠٠٨)، لذا فهي غير مُقاسة لا في الحسابات القومية ولا في إحصاءات المتاجرة الدولية بالسلع والخدمات.

إن طبيعة المعاملة - مطلوبة رقميًا و/أو مسلّمة رقميًا - هي السمة المميّزة الشاملة للتجارة الرقمية، أي أنّ كيفية إجراء المعاملة هي التي تحدّد نطاق التجارة الرقمية. غير أنّ الإطار المفاهيمي الموضح في هذا الكتيّب يتضمّن أيضًا بعض آخرين مهمّين لأغراض رسم السياسة التجارية: بُعد المنتج (أي مادة تُتداول)، وبُعد الجهات الفاعلة المشاركة في التجارة الرقمية (من يتداول).

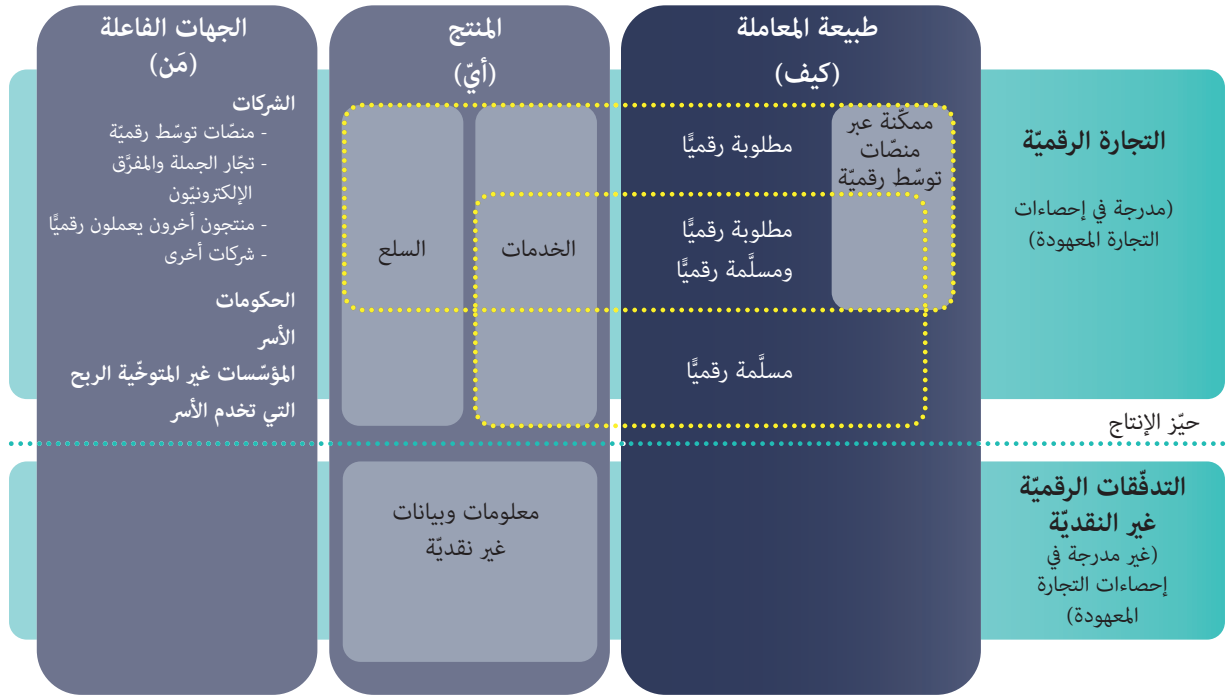
بقيّة هذا الفصل منظّمة على النحو الآتي. تصف الأقسام ٢-٢ و ٢-٣ و ٢-٤ الأبعاد الثلاثة الموضحة في الشكل ٢-١، أي الطبيعة والمنتج والجهات الفاعلة، بمزيد من التفصيل؛ يوضح القسم ٢-٥ دور التدفّقات الرقمية غير النقدية؛ يحدّد القسم ٢-٦ كيف تتناسب التجارة الرقمية مع أطر المحاسبة القائمة، أي BMP6 (IMF، ٢٠٠٩)، SNA ٢٠٠٨ (UN، ٢٠٠٨)، IMTS ٢٠١٠ (UN، ٢٠١١)، و MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠). يقدّم القسم ٢-٧ نموذج الإبلاغ الموصى به لمعاملات التجارة الرقمية؛ أخيرًا يوفّر القسم ٢-٨ للمستخدمين استعراضًا تمهيدياً، على أساس المعلومات المتاحة عند فترة التحرير، حول كيفية أخذ الدجتلّة في الحسبان مع التحديثات العتيدة للمعايير الإحصائية الدولية (SNA ٢٠٢٥ و BPM7).

٢-٢ طبيعة المعاملة (كيف)

٢-٢-١ المعاملات المطلوبة رقميًا

المعيار الأوّل لعرفنة التجارة الرقمية هو المعاملات «المطلوبة رقميًا». لقد أدّت جهود كبيرة مبذولة إلى تعريف متّفق عليه دوليًا لقياس التجارة الإلكترونية (OECD، ٢٠١١). يبيّن هذا الكتيّب على تلك الجهود عبر تماشي مع تعريف منظّمة التعاون

الشكل ٢-١: الإطار المفاهيمي للتجارة الرقمية



ملاحظة: يتماشى هذا الإطار المفاهيمي مع ذلك المعروف في «كتيب DCEO حول مراكمة جداول الطلب والاستخدام الرقمية» (DCEO، ٢٠٢٣). يمكن أن تشمل المعاملات الرقمية التي تؤديها الجهات الفاعلة المعاملات المطلوبة رقمياً كما المسلّمة رقمياً (الطبيعة)، ويمكن أن تشمل السلع كما الخدمات (المنتج).

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD، WTO، IMF، مقتبس من IMF، OECD، WTO (٢٠١٩).

٣. تغطّي المعاملات المطلوبة رقمياً الطلبات التي أجريت عبر الويب^٦ أو الإكسترانت أو عبر التبادل الإلكتروني للبيانات (EPI، راجع المؤطّر ٢-١)؛

٤. تشمل التجارة المطلوبة رقمياً شراء تطبيقات وعمليات شراء عبر الإنترنت من-ضمن-التطبيق؛

٥. تشمل التجارة المطلوبة رقمياً معاملات عبر منصات المناقصة المتصلة بالإنترنت؛

٦. تُستبعد الطلبات المجرة عبر الهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني المنضد يدوياً من التجارة المطلوبة رقمياً؛

٧. تُستبعد المعاملات المؤداة من خارج الإنترنت، والمتسمة بطابع رسمي عبر استخدام توقيعات رقمية، من التجارة المطلوبة رقمياً؛

٨. يجب معالجة كل معاملة تجارية على حدة. عندما تُنشأ معاملة عبر عملية طلب من خارج الإنترنت، لكنّ المعاملات اللاحقة (أو طلبات المتابعة) تجرى عبر تأدية طلبات رقمية، ينبغي اعتبار طلبات المتابعة بمثابة تجارة إلكترونية؛

٩. المعاملات التجارية لا تتطابق بالضرورة مع العقود. فبالنسبة إلى العقد الذي يمتد على مدى عدّة فترات إحصائية، وقد يتضمن معاملات متعدّدة، يجب تصنيف كل معاملة، على حدة، كمطلوبة رقمياً أو غير مطلوبة رقمياً وفقاً لنمط (أنماط) الطلب الذي اعتمد في الفترة الحالية.

والتنمية في الميدان الاقتصادي، الذي يحدّد التجارة المطلوبة رقمياً بأنّها

«بيع أو شراء دولي لسلعة أو خدمة يؤدّي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها».

وعليه فإنّ التجارة المطلوبة رقمياً، كما هي معرّفة ههنا، تتطابق مع التجارة الإلكترونية الدولية، وبهذا المعنى تغدو زمرة جزئية من مجموع التجارة الإلكترونية (راجع أيضاً الشكل ١-٤ في الفصل الأول). إذا اعتبرت معاملة ما مطلوبة رقمياً، يجب إدراج القيمة الإجمالية للمعاملة عند قياس التجارة الرقمية، بغضّ النظر عمّا إذا كان المنتج المتداول له خصائص رقمية أم لا، وبغضّ النظر عمّا إذا كان المنتج قد تم تسليمه رقمياً أو مادّياً. يوفر المؤطّر ٢-١ مزيداً من التفاصيل حول «الشبكات الحاسوبية» التي تمكّن معاملات كهذه.

من أجل بلورة تفسير متسق لهذا التعريف، نورد الإيضاحات الداعمة الآتية للمساعدة على عرفة المعاملات المطلوبة رقمياً في التجارة الدولية:^٥

١. بالنسبة إلى المعاملات المطلوبة رقمياً، لا لزوم لإجراء الدفع والتسليم النهائي للسلع أو الخدمات عبر الإنترنت؛

٢. يمكن للمعاملات المطلوبة رقمياً أن تشمل مشاركين من جميع القطاعات المؤسسية (كما هو موضح في عمود «الجهات الفاعلة» في الشكل ٢-١)؛

تظلّ بعض المجالات الغامضة قيد المزيد من البحث. على سبيل المثال، لا تحدّد إرشادات منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ حول التجارة الإلكترونيّة ما إذا كان ينبغي اعتبار شراء السلع أو الخدمات عبر وظائف الدردشة عبر الإنترنت (مثل WeChat أو WhatsApp) طلباً رقمياً. فمن ناحية أولى، ليست وظائف الدردشة (والتطبيقات التي تمكّنها) مصمّمة خصيصاً للطلبيّات الرقمية (وفقاً لتعريف التجارة الإلكترونيّة)، وهي تتلقّى رسائل منضّدة يدوياً وشبيهة برسائل البريد الإلكترونيّ، المستبعدة من التجارة المطلوبة رقمياً. من ناحية أخرى يفيدنا التحوّل التكنولوجيّ السريع أنّه بات من الممكن الآن معالجة الطلبات، حتّى عند تضيقها يدوياً، بطريقة أوتوماتيّة (مثلاً إذا تأتمت مهام سير العمل عبر استخدام الذكاء الاصطناعيّ (AI)). في هذه الحالة يمكن الزعم بأنّ المعاملات ذات الصلة قابلة لأن تصنّف كتجارة مطلوبة رقمياً.

٢-٢-٢ المعاملات المسلّمة رقمياً

المعيار الثاني لعرنة التجارة الرقمية هو المعاملات «المسلّمة رقمياً» والتي تغطّي الخدمات حصراً. يعتمد مفهوم التجارة المسلّمة رقمياً على عمل فريق العمليات الذي يقوده الأونكتاد ويُعيّن بقياس المتاجرة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات وبالخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات (بالتعاون مع الاتحاد الدوليّ للاتّصالات، ومنظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ، ولجنة الأمم المتّحدة الاقتصاديّة والاجتماعيّة لغربيّ آسيا (UNESWA)، وشعبة الإحصاء في الأمم المتّحدة (UNSD)، والبنك الدوليّ، ومنظّمة التجارة العالميّة (UNCTAD، ٢٠١٥)).

في هذا الكتيّب تعرّف التجارة المسلّمة رقمياً بأنّها

«جميع المعاملات التجارية الدوليّة التي تُسلّم عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية.»

تجدر الإشارة إلى أنّ هذا التعريف أوسع من التعريف الوارد في الإصدار السابق لهذا الكتيّب،^٧ فالأخير لم يكن يعكس، تحديداً، سوى التجارة المطلوبة رقمياً التي تغطّي، حصراً، طرق التوريد «المصمّمة خصيصاً» لغرض تسليم الخدمات.

يؤدّي تبسيط التعريف إلى تجنّب مشكلات التفسير المعقّدة حول ما تشير إليه عبارة «مصمّم خصيصاً»، خصوصاً عندما يكون من المتاح تأدية عقد خدمة واحد (معاملة) عبر عدّة وسائل مختلفة خلال مدّته (مثلاً، عبر خليط من رسائل البريد الإلكترونيّ، ومكالمات الفيديو، والتحويلات الأوتوماتيّة للملفات).

وبنفس القدر من الأهمية، يتماشى التعريف المنقّح بشكل أفضل مع المفاهيم المُرساة سابقاً حول الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات، وتوريد الخدمات العابر للحدود (أو النمط ١، راجع MSITS ٢٠١٠ UN) وآخرون، (٢٠١٠) والمؤطر ٢-٢.

بعبارة أخرى، ونظراً إلى أنّ تعريف التجارة المسلّمة رقمياً يشير إلى أيّ معاملة دوليّة تقدّم فيها الخدمة عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية (أي شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات)، يغدو مفهوم التوريد الرقميّ، في واقع الأمر، معادلاً لمفهوم «الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات»، المعرفة بأنّها «منتجات خدمات مسلّمة عن بُعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات» (UNCTAD، ٢٠١٥). وفوق ذلك فإنّ مفهوم التجارة المسلّمة رقمياً، وهي، بحكم تعريفها، لا تغطّي سوى الخدمات، يصبح، عملياً، متكافئاً مع مفهوم توريد الخدمة بحسب النمط ١، أي أنّ الخدمات المسلّمة رقمياً تُورّد بأرجحية غالبية عبر النمط ١.

رغم ذلك تجدر الإشارة إلى أنّ ثمة خدمات لا يمكن توريدها إلّا عبر النمط ١ ولكنها غير قابلة للتسليم رقمياً (مثلاً، معظم خدمات النقل والتسليم البريديّ). بما أنّ النقل مفهوم قابل للعرنة بسهولة، يمكن اعتبار التقديرات المتبقية من النمط ١ بمثابة تجارة مسلّمة رقمياً، إذ من غير المرجّح أن يُحدّث التسليم البريديّ فارقاً يُذكر.

تجدر الإشارة أيضاً إلى أنّ بعض الخدمات يمكن توريدها رقمياً واستهلاكها خارج البلاد (أي عبر النمط ٢ - راجع المؤطر ٢-٢)؛ رغم ذلك يمكن اعتبار قيمتها ضئيلة، تماماً كما هي حال الخدمات المؤرّدة عبر البريد.

أخيراً لا يمكن تسليم خدمة رقمياً إذا تأمّنت عبر حضور أشخاص طبيعيين (النمط ٤)، فالنمط ٤ يعني الحضور الماديّ.

يوقّر الشكل ٢-٢ مزيداً من الوضوح حول العلاقة بين التجارة المسلّمة رقمياً، والتجارة الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات، وأنماط التوريد.

من أجل بلورة تفسير متنسق لهذا التعريف، نورد الإيضاحات الداعمة الآتية للمساعدة على عرنة المعاملات المسلّمة رقمياً في التجارة الدوليّة:

١. الخدمات حصراً هي التي يمكن توريدها رقمياً؛
٢. يمكن للمعاملات المسلّمة رقمياً أن تشمل مشاركين من جميع القطاعات المؤسسية؛
٣. بالنسبة إلى المعاملات المسلّمة رقمياً، لا لزوم لإجراء الدفع مقابل الخدمات، ولا تأدية الطلبية، عبر الإنترنت؛
٤. الخدمات المسلّمة عبر الهاتف أو الفاكس أو مكالمات الفيديو أو البريد الإلكترونيّ مدرّجة في التجارة المسلّمة رقمياً؛
٥. تشمل التجارة المسلّمة رقمياً الخدمات المؤرّدة عبر التطبيقات؛
٦. يجب معالجة كلّ معاملة تجارية على حدة. عندما تسلّم معاملة تجارية عبر عمليّات من خارج الإنترنت، لكنّ معاملات المتابعة اللاحقة تسلّم رقمياً، ينبغي اعتبار معاملات المتابعة مسلّمة رقمياً؛
٧. يمكن توريد المعاملات التجارية عبر أنماط متعدّدة (رقمية وغير رقمية).

المؤطر ١-٢: بطاقة حول الشبكات الحاسوبية والتبادل الإلكتروني للبيانات

يعتبر دور «الشبكات الحاسوبية» أحد العناصر المفتاحية في تعريف كل من التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلمة رقمياً. اعتمد هذا المصطلح نقلاً عن تعريف OECD للتجارة الإلكترونية (OECD، ٢٠١١). لا يوفّر هذا التعريف تحديداً مخصوصاً «للشبكات الحاسوبية»، لكنه يوضح ما يأتي:

١. «الإنترنت هو شبكة حاسوبية عالمية للعموم».
٢. «تشمل الشبكات الحاسوبية الأخرى شبكات داخلية (مثل الشبكة المحلية LAN)، وشبكات خارجية ذات ملكية مسجلة ولا تعتمد على بروتوكول الإنترنت (مثلاً الشبكات التي أعدت للإصدارات المبكرة بشأن التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI))، وأنظمة الهاتف المأتمنة».

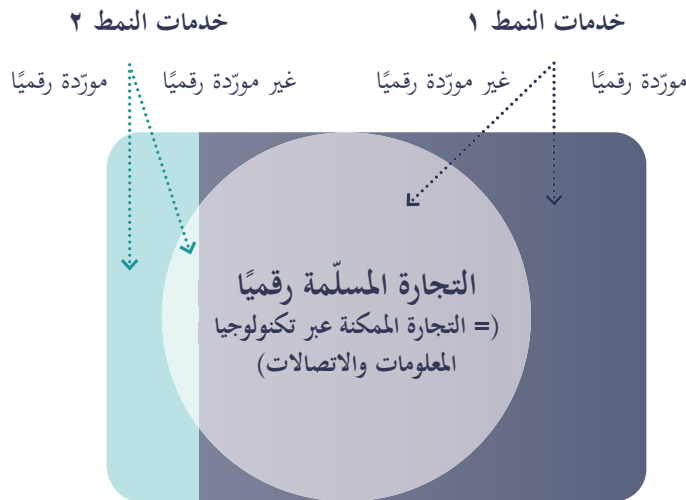
تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) هو إرسال بيانات الأعمال من حاسوب إلى حاسوب - مثل طلبات الشحن، وطلبات الشراء، والفواتير، وطلبات عروض الأسعار - بشكل إلكتروني وبمعايير متفق عليها. تحرّر الرسائل وتعالج من دون تدخل بشري، بحيث تزداد سرعة معالجة الطلبات وتنخفض نسبة الأخطاء. يُستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات في مجموعة متنوعة من الصناعات، منها صناعات الأغذية وتجارة المفرّق والخدمات اللوجستية والتصنيع، من أجل تدبّر سلاسل التوريد الدولية بفعالية (مثلاً تدبّر المخزون في-الوقت-المطلوب).

عملياً، وبالنظر خصوصاً إلى رقمنة الإرسال الصوتي - بما في ذلك الاستخدام السائد لتقنية الصوت عبر بروتوكول الإنترنت (VoIP) للاتصالات عن بُعد -، تعادل الشبكات الحاسوبية مفهوم «شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» كما حددها الأونكتاد بعبارة «شبكات الصوت أو البيانات، بما في ذلك الإنترنت» (UNCTAD، ٢٠١٥).

إنّ دور الشبكات الحاسوبية في ربط المشتريين بالبائعين/موردي الخدمات هو العامل المفتاحي الحاسم في تحديد التجارة الرقمية. فالأجهزة الدقيقة المستخدمة للنفّاذ إلى شبكات كهذه، والميزات الدقيقة للشبكة (على سبيل المثال، ما إذا كانت «شبكة نقالة» أو «شبكة سحابية»)، لا تلعب هنا دوراً مؤثراً. مثلاً، استخدام الإنترنت واستخدام شبكة حاسوبية متعادلان بغض النظر عما إذا كان النفّاذ إلى الإنترنت يتم عبر حاسوب أو هاتف نقال أو حاسوب لوحي أو أي جهاز آخر، وعما إذا كان التّموصل يتم لاسلكياً أو عبر تمّوصل سلكي.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

الشكل ٢-٢: التجارة المسلمة رقمياً ومفاهيم إحصائية متصلة بها



المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

الموَّظَّر ٢-٢: أنماط التوريد بحسب الاتفاقية العامة للتجارة بالخدمات (GATS)

تميّز «الاتفاقية العامة للتجارة بالخدمات» (GATS)، بإشراف منظمة التجارة العالمية، أربعة أنماط لتوريد الخدمات دوليًا (المادة الأولى من اتفاقية GATS: «النطاق والتعريف»). تحدّد أنماط التوريد بحسب هذه الاتفاقية بناءً على موقع المورد والمستهلك عند تقديم الخدمة، مع الأخذ في الحسبان جنسيتهم أو أصلهم (راجع MSITS ٢٠١٠ UN وآخرون، ٢٠١٠)، الفقرة ٢-٢٥). الأنماط الأربعة هي:

النمط ١: التوريد عبر الحدود - يحدث عندما تؤدّي خدمة «من إقليم بلد عضو [في منظمة التجارة العالمية] إلى إقليم أيّ عضو آخر».

النمط ٢: الاستهلاك في الخارج - يحدث عندما تؤدّي خدمة «ضمن إقليم بلد عضو لمستهلك من أيّ بلد عضو آخر».

النمط ٣: الحضور التجاري - يحدث عندما تؤدّي خدمة «على يد مزود من بلد عضو، عبر حضوره التجاري في إقليم أيّ بلد عضو آخر».

النمط ٤: حضور الأشخاص الطبيعيين - يحدث عندما تؤدّي خدمة «على يد مزود من بلد عضو، عبر حضور [مؤقت]

لأشخاص طبيعيين من جانبه في إقليم أيّ بلد عضو آخر».

المصدر: WTO.

السلع والخدمات وتتقاضى رسومًا لقاء تسهيل المعاملة. وقد عرفت منظمة الجمارك العالمية، في (WCO، ٢٠٢٢)، و«مركز رسم سياسة الضرائب وإدارتها» التابع لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، في (OECD، ٢٠١٨b؛ ٢٠١٩c)، السمات التعريفية المفتاحية لهذه المنصّات، وهي:

١. يتفاعل عدّة مشترين وبائعين عبر المنصّة؛

٢. المنصّة ذاتها غير مالكة للسلع، وليست هي من سيؤدّي الخدمات التي تتوسّط لها.

بناءً على هذين المعيارين تعرّف منصّات التوسّط الرقمية^٨ في هذا الكتيب بأها

«واجهات بينية تتصلّ بالإنترنت وتسهّل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشترين وجملة من البائعين، من دون أن تحوز المنصّة الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تؤدّي الخدمات التي يتمّ بيعها (بتوسّطها)».

في هذا الكتيب ننطلق من الفرضية القائلة بأنّ جميع المعاملات المجرّاة عبر منصّات التوسّط الرقمية مطلوبة رقميًا. في الغالب لا يمكن الدفع مقابل المنتجات المُروّج لها إلّا إلكترونيًا (مع وجوب الإشارة إلى أنّ وسيلة الدفع غير مهمّة عند النظر في ما إذا كانت المعاملة مطلوبة رقميًا أو مسلّمة رقميًا).

يترتّب على هذا التعريف أنّ الخدمات التي تقدّمها منصّات توسّط محتويات إلكترونية من دون حيازة مسبقة للملكية الاقتصادية لمنتجات الملكية الفكرية التي توزّعها (مثل متاجر التطبيقات) تندرج في هذه الفئة. تُعتبَر منصّة التوسّط الرقمية غير حائزة للملكية الاقتصادية إذا لم يفرض حامل ترخيص الملكية

تحدّر الإشارة إلى أنّ بعض المعاملات حول المنتجات، كمثل معظم خدمات التأمين (ولا سيّما الخدمة الرقمية حول تدبّر المخاطر)، والخدمات المالية (مثلًا خدمات توفير السيولة وتحويلها، والتعهد بالتغطية، وحفظ الأمانات، ومسك السجلات، والمدفوعات)، من المفترض أن تكون مشمولة ضمن نطاق التجارة الرقمية. وهذا ما يعكس الدور التمكينيّ الذي تلعبه الشبكات الحاسوبية في قيام توريد دوليٍّ لهذه الخدمات، على الرغم من أنّ الخدمة المسلّمة ههنا ليست محدّدة من خلال قابليتها للتوريد رقميًا (راجع الفصل ٤).

٢-٢-٣ المعاملات الممكنة عبر منصّات التوسّط

الرقمية (DIPs)

تلعب المنصّات الإلكترونية دورًا متناميًا الأهمية في الاقتصاد الرقمي. فهي تسهّل المعاملات الاقتصادية (مثل المتاجرة بالسلع والخدمات)، أو قيام تفاعلات غير اقتصادية (عبر وسائل التواصل الاجتماعيّ ومواقع المناقشة). في العام ٢٠١٩ حدّدت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ، بعد مشاورات موسّعة، تعريفًا إجماليًا للمنصّات المتصلة بالإنترنت مُفاده أنّها «خدمة رقمية تسهّل التفاعلات بين مجموعتين أو أكثر من مجموعات مستخدمين متميّزة، ولكن متعلّقة (سواء أكانت شركات أم أفرادًا)، تتفاعل من خلال الخدمة عبر الإنترنت» (OECD، ٢٠١٩).

ثمّة زمرة جزئية من هذه المنصّات لها أهمية حاسمة، وهي المسماة منصّات التوسّط الرقمية (DIPs) أو أحيانًا «مواقع التسوّق المتصلة بالإنترنت». تسهّل هذه المنصّات معاملات

المسلّمة رقمياً؛

٣. التحديّات المفاهيمية والإحصائية المحددة التي تطرحها المعاملات عبر منصّات التوسّط الرقمية، خصوصاً عندما لا تكون المنصّة مقيمة في الاقتصاد الذي يستهلك خدمات توسّطها (راجع الفصل ٥).

عند عرفة المعاملات الدولية التي تجرى عبر منصّات التوسّط الرقمية، من الضروريّ ألاّ يقتصر التسجيل على قيمة المعاملة بين المشتري والبائع كتجارة مطلوبة رقمياً، وعند الاقتضاء، كتجارة مسلّمة رقمياً، بل أن يشمل الرسوم المستوفاة أيضاً. لقد وُجدت منصّات التوسّط الرقمية للتوسّط بين مشتريين عديدين وبائعين عديدين. الخدمة التي تقدّمها - وهي الوحيدة عادةً - هي خدمة «تليبق» المشتريين مع البائعين وتسهيل الطلبية والدفع

الفكرية رسوماً على المنصّة المتّصلة بالإنترنت لتوزيع المحتوى الرقميّ إلّا بعد أن يدفع المستهلك مقابل استخدام هذا المحتوى.

على الرغم من أنّ جميع المعاملات التجارية التي تتم بتوسّط رقميّ مدرجة ضمن التجارة المطلوبة رقمياً (وحيثما اقتضى الأمر أيضاً ضمن التجارة المسلّمة رقمياً)، تمّ إبرازها بشكل منفصل في هذا الإطار المفاهيمي لأسباب ثلاثة:

١. الاهتمام المخصوص المولى لدور هذه المنصّات الاقتصاديّ - بما في ذلك دورها في التجارة -، وعلى وجه الخصوص وقعها التحويليّ المحتمل على الاقتصاد؛

٢. إمكانية أن يؤدّي تركيز هادف على هذه المنصّات، بما في ذلك عبر آليات مسح مكرّسة لها، إلى تحقيق نتائج (جزئية) حول كلّ من التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة

المؤطر ٢-٣: المجموعة الاستشارية غير الرسمية المعنية بقياس الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد مدجّل والتابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

أنشأت لجنة الإحصاء ورسم السياسة الإحصائية (CSSP) التابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي «المجموعة الاستشارية غير الرسمية المعنية بقياس الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد مدجّل» («المجموعة الاستشارية») عام ٢٠١٧. أنشأت CSSP هذه المجموعة للردّ على أسئلة أثّرت حول مدى تناسب حيز الإنتاج في نظام الحسابات القومية وملاءمته للتصدّي للتحوّل الرقميّ المتطوّر الساري قُدماً داخل الاقتصاد.

شكّلت «المجموعة الاستشارية»، وعليها رُفّع تقاريرها إلى فريق عمل منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي المعنيّ بالحسابات القومية (WPNA)، في سبيل هدف عام يتوخّى السير قُدماً نحو إرساء أجندة لقياس الدجّلة و «العمل كمنندى وكنقطة إلتِمَام لتبادل الأفكار والخبرات؛ ولتطوير أفضل الممارسات». وفي سياق نظام الحسابات القومية تتضمن أجندة قياس الدجّلة تحسين (أو زيادة إظهار) قياس بعض العناصر مثل البيانات، والذكاء الاصطناعي، ومنصّات التوسّط الرقمية، والخدمات الرقمية المجّانية.

وبشكل أخصّ طُلب من المجموعة الاستشارية إنجاز الآتي:

- توضيح المفاهيم الإحصائية المرتبطة بالاقتصاد الرقميّ؛
- تكمية مسائل القياس المغلوط المحتملة؛
- تكمية قيمة السلع والخدمات «المجّانية»، بما في ذلك الخدمات الرقمية المجّانية الممولة من إيرادات الدعايات أو من دقّقات إيرادات متولّدة من البيانات؛
- تكمية التجارة المتّصلة بالاقتصاد الرقميّ عبر الحدود (التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية ومنتجات الملكية الفكرية).

منذ عام ٢٠١٧ انصبّ التركيز الرئيسي للمجموعة الاستشارية، وفيها أعضاء من كلّ من منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي والبلدان غير المنضوية فيها، على كيفية تظهير الدجّلة بجلاء أكبر في الحسابات القومية. وللقيام بذلك طوّرت المجموعة الاستشارية إطار عمل لوضع «جداول العرض والاستخدام الرقمية» (SUTs الرقمية) (Mitchell, ٢٠٢١)، وقد بوشر تنفيذها الآن في بلدان عدّة.^{١٠} تشرف المجموعة الاستشارية حالياً على وضع كتيب حول مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية، وهو رديف لهذا الكتيب.

المصدر: WTO.

والتواصل، وما إليها، في ما بينهم. تسمى الخدمات التي تقدمها هذه المنصات خدمات توسط رقمية^٩ ويعرفها هذا الكتيب بأنها «خدمات توسط عبر الإنترنت تسهل المعاملات بين جملة مشترين وجملة بائعين مقابل رسوم، من دون أن تحوز وحدة التوسط عبر الإنترنت الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تؤدي الخدمات التي يتم بيعها (بتوسطها)».

مقابل أتعاب تقدم خدمات التوسط الرقمية، تستوفي هذه المنصات رسوماً من المشتري أو من البائع أو من كليهما. يمكن أن تتخذ هذه الرسوم أشكالاً مختلفة. مثلاً، يمكن إدراج مبلغ خدمة المنصة في بند منفصل لئيقاضى، أو يمكن احتساب الرسوم من خلال الفرق بين المبلغ الذي يدفعه المشتري للمنصة والمبلغ الذي تدفعه المنصة للبائع. من الممكن أيضاً استيفاء الرسوم بالتزامن مع إنجاز المعاملة الرئيسية عبر المنصة، أو بشكل منفصل عنها (مثلاً، إذا كان الاشتراك في خدمات المنصة شهرياً، يكون الدفع منفصلاً). النقطة المهمة هي أنّ هذه المبالغ تؤول إلى المنصة وليس إلى أطراف أخرى معنية في المعاملة (أي ليس إلى البائع).

نظرًا إلى الطبيعة الفريدة لهذه الرسوم، ولتيسير فهم دور منصات التوسط الرقمية، ينبغي أن تقاس أو أن تقدّر رسوم خدمات التوسط الرقمية على حدة (راجع الفصل ٥).

٢-٣ المنتج (أي)

يقسم الإطار المفاهيمي المنتجات إلى فئتي السلع والخدمات المعهودتين، كما يوضحه الشكل ٢-١.

٢-٣-١ السلع

يتبني هذا الكتيب العُرف القاضي بأنه لا يمكن تسليم السلع رقمياً^{١١} لذا فإنّ تجارة السلع المتصلة بقياس التجارة الرقمية تشمل فقط السلع المطلوبة رقمياً. يمكن طلب أية سلعة رقمياً.

٢-٣-٢ الخدمات

يمكن تقسيم التجارة الرقمية في الخدمات إلى عنصرين متميزين، مع كونهما متداخلين، ضمن الإطار المفاهيمي: الخدمات المطلوبة رقمياً، والخدمات المسلمة رقمياً. يعكس التداخل الخدمات التي تُطلب رقمياً كما تُسلم رقمياً، ومن بينها خدمات التوسط الرقمية.

الخدمات المطلوبة رقمياً

معاملات الخدمات التي تُطلب رقمياً، وفقاً للتعريف الموصّف، ينبغي إدراجها كخدمات مطلوبة رقمياً. تتضمن هذه الخانة الخدمات المطلوبة رقمياً وغير المسلمة رقمياً، والخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً.

الخدمات المسلمة رقمياً

كما هو موضح أعلاه حول طبيعة المعاملة، تركز التجارة المسلمة رقمياً إلى تعريف الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما طوّره فريق عمليات الأونكتاد المعني بقياس المتاجرة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TGServ). عند وضع هذا التعريف موضع التنفيذ العملي، عرف فريق العمليات جميع منتجات «تصنيف الأمم المتحدة المركزي للمنتجات» (CPC Ver.2.1) المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (راجع الفصل ٤ و UNCTAD، ٢٠١٥). وهذا يشكل الأساس لقائمة الخدمات التي يعتبرها هذا الكتيب «قابلة للتسليم رقمياً» (راجع الفصل ٤).

خدمات التوسط الرقمية

خدمات التوسط الرقمية، المتوقعة عبر منصات DIP للمشتريين والبائعين الذين تتوسط هذه المنصات لمعاملاتهم، تسجل تحت خانة تجارة الخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً عندما تكون المنصة مقيمة في اقتصاد مختلف عن اقتصاد المشتري/البائع (بما في ذلك إذا كان المشتري والبائع مقيمين في الاقتصاد نفسه). يوصي هذا الكتيب بتسجيل هذه الخدمات ضمن التصنيف الموسّع لخدمات ميزان المدفوعات (٢٠١٠ EB-OPS) بصفتها خدمات متصلة بالتجارة (SJ34)، وهي مكون فرعي من خدمات الأعمال الأخرى (SJ).^{١٢}

٢-٤ الجهات الفاعلة (من)

يمكن لأي جهة فاعلة اقتصادية أن تنخرط في التجارة الرقمية. وقد أدى إمكان الشراء والبيع عبر الإنترنت وتقديم خدمات عدّة عبر الإنترنت، على وجه الخصوص، إلى تقليص الحواجز أمام الصادرات والواردات، مع احتمال ازدياد هذا التقليص. تؤثر هذه التطورات على مجموعات مختلفة من الجهات الفاعلة بطرق متنوعة، ويمكن أن تتيح عرفة منفصلة لمختلف الجهات الفاعلة ممن يشاركون في التجارة الرقمية استشرافات مهمة متصلة برسم السياسات. صحيح أنّ نموذج الإبلاغ المقترح لا يتضمن تقسيماً بحسب الجهات الفاعلة المعنية (راجع القسم ٢-٧)، لكننا نشجّع المراكز على تقصّي التقسيمات الأكثر ملاءمة لمستخدميها الإحصائيين.

٢-٤-١ الشركات

ميرر وجود الشركات هو إنتاج المنتجات وبيعها. يوقّر الطلب والتسليم الرقميّان طريقتين فعّالتين للوصول إلى الزبائن وكذلك لشراء المدخلات الإنتاجية. وقد سهّلا، بشكل خاص، على الشركات الصغرى مهمة تسويق منتجاتها خارج البلاد، مع تسهيل حيازتها لمدخلات رقمية تعزّز إنتاجيتها وتتيح زيادة قدرتها التنافسية. يقع على كاهل الشركات معظم التجارة الدولية، ومن المتوقع، بشكل عام، أن تمثل الجزء الأكبر من تدفقات الصادرات

والواردات الرقمية.

إلى جانب منصات التوسط الرقمية، يلعب عدد من مشغلي الإنترنت الآخرين دوراً مهماً في التجارة الرقمية: ١٣

١. **تجار الجملة والمفرق الإلكترونيون:** يُعرف تجار الجملة والمفرق الإلكترونيون، أو e-tailers، بأنهم «شركات بيع بالمفرق والجملة تعمل على شراء السلع وإعادة بيعها» ١٤ وتتلقي معظم طلباتها رقمياً» (OECD، ٢٠٢٣). يمتلك هؤلاء التجار المنتجات التي يبيعونها، لذا فهم يقدمون خدمات توزيع على الهامش، بعكس خدمات التوسط الرقمية كما سبق إيضاحه أعلاه.

تجدر الإشارة إلى أن نماذج أعمال DIP و e-tailing قد تتعايش داخل المؤسسة نفسها. مثلاً تُعدّ Amazon Marketplace، وهي منصة توسط رقمية، جزءاً من الشركة إياها التي تنتمي إليها Amazon's online retail activities، ويصعب التمييز بينهما إلى حد بعيد، إذ يعمل كلاهما من خلال نفس الواجهة البينية المتصلة بالإنترنت (Amazon.com). وعلى الرغم من تحديات المراكمة التي قد تنجم عن هذا الأمر في سياق قياس التجارة الرقمية، ينبغي أن تتركز الجهود على طبيعة المعاملات الفردية التي تيسرها مثل هذه المنصات المهجنة (hybrid) المتصلة بالإنترنت.

المعاملات عبر الإنترنت المجرة عبر e-tailers هي معاملات مطلوبة رقمياً، ولكنها لا تستلزم توفير خدمات توسط رقمية.

٢. **منتجون آخرون يعملون رقمياً فقط:** ثمة فئة أخرى تشمل شركات تُنتج خدماتها الخاصة برسم البيع ولكنها تعمل رقمياً فقط. وهذا يشمل، على سبيل المثال، موفري وسائل الإعلام الرقمي المسعرة ومقدمي أيّ خدمات مسلّمة رقمياً وقائمة على الاشتراك.

تندرج المنصات الدفعية (streaming platforms) والتلفزيون الكليبي وخدمات الاشتراك في الإذاعات ضمن هذه الفئة، إذ تُعدّ حاملة ملكية اقتصادية لمنتجات الملكية الفكرية التي توزعها قبل تدقيق المحتوى.

ثمة معاملات أخرى تجرى عبر منتجين آخرين يعملون رقمياً فقط وتكون مطلوبة رقمياً ومسلّمة رقمياً، لكنها لا تنطوي على توفير خدمات توسط رقمية. من الممكن، في بعض الحالات، أن يكون التمييز بين منصات التوسط الرقمية وهؤلاء المنتجين صعباً، خصوصاً إذا ثبت أن الشركة نفسها توفر محتوى إلكترونياً عبر كلٍّ من نموذجي الأعمال هذين.

٣. **المنصات الرقمية القائمة على البيانات والدعايات:** تغطي هذه الفئة الشركات التي تعمل عبر الإنترنت بشكل حصري، وتسهّل التفاعلات غير النقدية، وتوفر الخدمات من دون فرض رسوم على المستخدمين النهائيين. هي، في الغالب، تولّد إيراداتها عبر بيع البيانات أو المساحات الدعائية. من

الأمثلة على ذلك منصات وسائل التواصل الاجتماعي المجانية، وتطبيقات المواعدة، ومحركات البحث، ومنصات تشاطر المعرفة، فضلاً عن تطبيقات الهاتف التي تحقق إيرادات بهذه الطريقة ومن ثمّ تقدّم خدمات للمستخدمين النهائيين مجاناً. ١٥

تقع أيضاً ضمن هذه الفئة مواقع الويب والمنصات التي تخفي إيرادات من خلال توجيه الزوّار إلى مواقع ويب تابعة لطرف ثالث. في هذه الحالة الأخيرة، وعلى الرغم من أن المنصة تستوفي رسوماً من موقع الويب الذي يغطي بالدعاية، فإنّ العملية في حدّ ذاتها لا تسهّل، بيّناً (explicitly)، إجراء معاملة بين مجموعتين مستقلّتين من المستخدمين، لكنها تكفي لجعل مثل هذه المعاملة أكثر احتمالاً. هنا أيضاً، وكما هي الحال مع الفئات الأخرى المذكورة أعلاه، قد تتعايش نماذج أعمال مختلفة داخل المؤسسة نفسها؛ على سبيل المثال، يسهّل Facebook Marketplace بشكل متزايد معاملات B2C، ويفرض عليها «رسوم بيع» كما لو كان منصة توسط رقمية نموذجية.

التفاعلات بين الموردين والمستخدمين النهائيين كما تسهّلها هذه المنصات ليست، بشكل عامّ، مشمولة بقياسات التجارة الرقمية. رغم ذلك يجب أن يكون المراكمون على دراية بالخطوط المغبشة بين نماذج الأعمال المختلفة الموضحة أعلاه، وأن يأخذوا في الحسبان، إلى أقصى حدّ ممكن، طبيعة المعاملات الفردية التي تجرى من خلال جميع أنواع المشغلين المتصلين بالإنترنت.

أخيراً، قد تسهّل بعض المنصات الرقمية، مقابل رسوم، تفاعلاً مباشراً بين عدّة أشخاص لأغراض غير بيع السلع والخدمات وشرائها. تشمل هذه الفئة المنصات الرقمية المدفوعة الرسوم التي تسهّل الإقراض من نظير إلى نظير، والتمويل الحشديّ القائم على الرأسمال الذاتي، والتمويل الحشديّ الخيري؛ وكذلك المنصات المدفوعة الرسوم التي تسهّل على الأفراد ذوي الاهتمامات المتشابهة الالتقاء معاً؛ وتطبيقات المواعدة المدفوعة الرسوم. في العادة تُطلّب خدمات هذه المنصات رقمياً وتسلم رقمياً.

٢-٤-٢ الأسر

لقد فتح التغيير التكنولوجي أمام المستهلكين الفرديين (الأسر) إمكانيات متنامية لشراء السلع والخدمات من موردين أجنب، مع زيادة تفاعلهم أيضاً بصفتهن «منتجين» يورّدون خدمات (مثلاً خدمات المبيت) عبر منصات التوسط الرقمية. هذه الجوانب من التحوّل الرقمي تعقّد طريقة قياس التجارة في الممارسة العملية. فالمسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال لا تلتقط، مثلاً، المعاملات بين الأسر عبر منصات التوسط الرقمية، كما قد يكون قياس هذا الأمر عبر المسوح الأسرية أمراً صعباً (راجع أيضاً الفصلين ٣ و ٥ حول هذا الموضوع).

٢-٤-٣ الحكومات والمؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs)

على الرغم من أن الأغراض والدوافع الاقتصادية لدى الحكومات ولدى المؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs) تختلف إلى حد ما عن تلك التي للشركات والأسر، إلا أنها، هي أيضاً، تلجأ إلى الطلب الرقمي والتسليم الرقمي بجهة الشراء أو البيع على حد سواء، ويجب تغطية هذه العمليات ضمن مقارنة إسهابية للتجارة الرقمية.

٢-٥ التدفقات الرقمية غير النقدية

يقر الجزء السفلي من الشكل ٢-١ بالأهمية المتزايدة للتدفقات الرقمية غير النقدية توازياً مع المعاملات النقدية (الجزء العلوي من الشكل).

تشير التدفقات الرقمية غير النقدية إلى تدفقات البيانات والمعلومات التي تُتبادل من دون إجراء معاملة نقدية. على سبيل المثال، تقدم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أو محركات البحث خدمات للمستخدمين مقابل بيانات - غالباً بيانات شخصية - من مستخدميها، لتستخدمها بدورها، بعدئذٍ، لتوليد إيرادات عن طريق الدعايات الهادفة (Nakamura، Samuels و Soloveichik، ٢٠١٦). كما أصبحت الخدمات المصرفية الدولية ممكنة اليوم من خلال تدفق البيانات العابرة الحدود لدعم الخدمات المقدمة. وبينما يمكن تسجيل المعاملات الدولية المتصلة بالدعاية أو بالخدمات المصرفية في إحصاءات التجارة، ليس الأمر كذلك بالنسبة إلى تدفقات البيانات المعتمد عليها في هذين القطاعين.

عند كتابة هذا التقرير، ما تزال التقنيات جارية على قدم وساق لفهم هذه التدفقات وقياسها بشكل أفضل نظراً إلى أهميتها في دعم المعاملات الاقتصادية. ولقد خلّصت الأبحاث التي أجريت في سياق مراجعة نظام الحسابات القومية، مثلاً، إلى أن الخدمات المقدمة مجاناً للمستخدمين النهائيين مدرجة بالفعل، ضمناً، في قيمة السلع والخدمات ضمن حيز الإنتاج الحالي لنظام الحسابات القومية^{١٦}. وتدرس مسارات عمل أخرى دور البيانات في الحسابات القومية بالإضافة إلى قضايا أخرى متصلة بوقع الدجنتلة على الإحصاءات الاقتصادية^{١٧}.

رغم كل ذلك ما تزال التدفقات الرقمية غير النقدية، حالياً، غير مشمولة ضمن التجارة الرقمية. غير أن المعاملات المدفوعة مقابل بيانات (مثلاً، مبيعات طواقم البيانات)، بل جميع المعاملات التجارية التي يسهلها تدفق البيانات، مدرجة في الواقع في قياسات التجارة الدولية، لذا ينبغي، عند الاقتضاء، إدراجها أيضاً ضمن المكون الملائم في التجارة الرقمية.

٢-٦ المبادئ المحاسبية

المبادئ المحاسبية لتسجيل التجارة الرقمية (ومنها، بشكل خاص، التقييم (valuation) ووقت التسجيل) تتبع بشكل عام

مبادئ BMP6 (IMF، ٢٠٠٩)، IMTS ٢٠١٠ (UN، ٢٠١١)، و MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠).

غير أن المعاملات التي تمر عبر منصات التوسط الرقمية تقتضي بعض الإيضاحات، خصوصاً تلك التي تسهل معاملات الخدمات. فبخلاف التوسط المالي أو التوسط للسفر أو للنقل، لم يحدد BMP6 (IMF، ٢٠٠٩) أو يتناول خدمات التوسط الأخرى بنية. ففي الفقرة ١٠-١٦ يتناول BMP6 التعاقد الرديف (subcontracting) (يشار إليه أيضاً باسم التعهيد (outsourcing))، وهو ترتيب يتم بموجبه تعاقد رديف على خدمات مثل النقل، أو أعمال البناء، أو الخدمات الحاسوبية، أو أنواع أخرى من خدمات الأعمال، مع مزود خدمة مختلف. في هذه الحالات يوصي BMP6 بأن «تسجل قيمة الخدمات المصدرة والمستوردة في اقتصاد مُرتّب (arranger) الخدمة على أساس إجمالي» (BPM6، الفقرة ١٠-١٦). تفيد هذه المقاربة أن «مرتّب» الخدمة المتعاقد عليها رديفياً يستهلك هذه الخدمة ثم يوزّعها للزبون.

تختلف خدمات التوسط التي تقدمها منصات التوسط الرقمية اختلافاً جوهرياً عن التعاقد الرديف. فالخدمات المتعاقد عليها رديفياً تنطوي على درجة مشاركة أعلى من جانب المرتّب مقارنة بمنصات التوسط الرقمية، المُأتمنة بالكامل في أغلب الأحيان. في الواقع تُعتبر هذه المنصات غير مالكة أبداً للبضائع ولا مقدمة للخدمات التي تتوسط من أجلها. لذا يوصي هذا الكتيب بتسجيل رسوم التوسط فقط، لا القيمة الكاملة للمنتجات موضوع التوسط، في حسابات منصات التوسط الرقمي. هذا الرأي، إذ يعكس بشكل أفضل الجوهر الاقتصادي لهذه الأنواع من المعاملات، يتوافق مع أحدث الأبحاث التي أجريت في سياق BMP6 (IMF، ٢٠٠٩) وعمليات تحديث أنظمة الحسابات القومية^{١٨}.

٢-٧ نموذج إبلاغ يوصى به

كنتيجة لطبيعة التجارة الرقمية المتعددة الأبعاد، ثمة حاجة إلى إرشادات حول كيفية تكديس الإحصائيات المختلفة ضمن آلية إبلاغ معيارية يمكن أن تشكل أساساً لحسابات التجارة الرقمية. يقدم الجدول ٢-١ النموذج الموصى به في هذا الكتيب لمراكمة معاملات التجارة الرقمية وعرضها.

يتضمن النموذج المكونين الرئيسيين للتجارة الرقمية، وهما التجارة المطلوبة رقمياً (البند 2) والتجارة المسلمة رقمياً (البند 3). وهو يتيح للمراكم قياس هذين المكونين بالطريقة التي تناسبه. مثلاً، من الممكن استخدام مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات/التجارة الإلكترونية للتجارة المطلوبة رقمياً، ومصادر المتاجرة بالخدمات للتجارة المسلمة رقمياً. كما يتضمن النموذج بنداً حول المتاجرة بالخدمات المطلوبة رقمياً (البند 2.2)، وهذا ما سيكون متاحاً بسهولة عبر مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات/التجارة الإلكترونية من خلال اعتماد المقاربة المعهودة القاضية بتجميع القيمة النقدية للتجارة الإلكترونية ثم

الشركات، وغير ذلك مما تغطيه تقديرات التجارة الرقمية، لتسهيل فهم المستخدم والسماح بإجراء مقارنات دولية.

اقترح النموذج أيضًا بندين ملحقين، المتاجرة الرقمية بالخدمات والخدمات القابلة للتسليم رقميًا. توفر المتاجرة الرقمية بالخدمات حاصلًا إجماليًا للخدمات المطلوبة رقميًا و/أو المسلمة رقميًا. أما فئة الخدمات القابلة للتسليم رقميًا فقد أدرجت كإقرار بأن المراكمين، في معظم الحالات، يجب أن يكونوا قادرين على إنتاج تقديرات لهذا البند الملحق من دون تعديلات على المصادر الحالية، أي من خلال عرفة فئات الخدمة القابلة للتسليم رقميًا ضمن الإحصاءات الحالية للتجارة (راجع الفصل ٤).

٢-٨ العمل على تحديث معايير الحسابات القومية وميزان المدفوعات

صُمم الإطار المفاهيمي المقدم في هذا الكتيب ليتماشى مع المعايير الماكرو-اقتصادية الأوسع نطاقًا، وهي SNA ٢٠٠٨ (UN، ٢٠٠٨)، BMP6 (IMF، ٢٠٠٩)، IMTS (٢٠٠٩)، MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠). وأي تحديثات لتلك المعايير (خصوصًا لجهة تغيير حيز الإنتاج) ستعكس، بحكم البنية، على إطار القياس من دون أي

استخدام أسئلة إضافية للتقسيم (مثلًا: بين المبيعات المحلية وبين المبيعات خارج البلاد؛ بين مبيعات البضائع والخدمات المسلمة رقميًا، والخدمات الأخرى - راجع الفصل ٣).

يُفسح النموذج أيضًا لحالات يحصل فيها المراكمون على معلومات، لا غير، إما عن إجمالي التجارة المطلوبة رقميًا وإما عن إجمالي التجارة المسلمة رقميًا، وقد يجمعون معلومات عن التداخل بينهما من خلال المصادر المستخدمة لأي منهما. طالما يتوفر تقدير للعد المزدوج (double-counting) (البند 4) عبر أي من الجانبين، يمكن طرحه عند تكديس التجارة المطلوبة رقميًا والتجارة المسلمة رقميًا للحصول على إجمالي التجارة الرقمية.

يهدف النموذج إلى توفير مقارنة عملية لجعل التجارة الرقمية أكثر وضوحًا في إحصاءات التجارة الدولية الحالية، مع الحفاظ على قابلية للمقارنة عبر البلدان. رغم ذلك، واستنادًا إلى الموارد المتاحة للمراكمين والاحتياجات المحددة لرسم السياسات، يمكن توسيع النموذج ليشمل أبعادًا إضافية. فمن الممكن، مثلًا، أن يوفر رابط يُستشف بين هذا النموذج وإطار المتاجرة (بالخدمات) بحسب خصائص المؤسسة (TEC/STEC) استشرافات قيمة حول دور الشركات المتناهية والصغيرة والمتوسطة، أو الشركات الأجنبية الخاضعة للرقابة، في التجارة الرقمية. كما يمكن أن تولد تقسيمات إضافية بحسب نوع المستورد/المصدر (وفقًا للقطاع المؤسسي) نتائج ملائمة. في مطلق الأحوال، من المهم توفير بيانات وصفية حول القطاعات المؤسسية، والصناعات، وأحجام

الجدول ٢-١: نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية

البند		إجمالي الصادرات	إجمالي الواردات
1	إجمالي التجارة الرقمية	2+3 ناقص 4	
2	التجارة المطلوبة رقميًا	2.1+2.2	
2.1	السلع		
2.1.a	منها: عبر منصات التوسط الرقمية		
2.2	الخدمات		
2.2.a	منها: عبر منصات التوسط الرقمية		
3	التجارة المسلمة رقميًا		
3.a	منها: عبر منصات التوسط الرقمية		
4	التجارة المطلوبة رقميًا و المسلمة رقميًا		
4.a	منها: خدمات توسط رقمية		
	بنود إضافية		
A.1	المتاجرة الرقمية بالخدمات	2.2+3 ناقص 4	
A.2	الخدمات القابلة للتسليم رقميًا	>3	

ملاحظة: يجب تقسيم المعاملات بحسب تجميعات المنتجات الملائمة (EOPS ٢٠١٠ بالنسبة إلى الخدمات، على سبيل المثال، أو النظام المنسق لتوصيف السلع وتشفيرها (HS) أو التصنيف المركزي للمنتجات (CPC) بالنسبة إلى السلع). يقدم الملحق "ب" عددًا من الأمثلة لتوجيه المراكمين حول كيفية استخدام نموذج الإبلاغ من أجل تسجيل معاملات التجارة الرقمية.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

تأثير على التعريف الإحصائي للتجارة الرقمية.

عند إعداد هذا الكتيب، كان العمل على تحديث معايير الحسابات القومية وميزان المدفوعات، بقيادة فريق الخبراء الاستشاري للأمم المتحدة المعني بالحسابات القومية (AEG) ولجنة صندوق النقد الدولي لإحصاءات ميزان المدفوعات (BOPCOM)، على التوالي، ما زال جارياً. وقد احتلت الدجته مكانة بارزة في أجندة أبحاث كلٍّ من الطرفين المذكورين، ومن المقرر أن ينطوي الدليلين المحدثين لكلٍّ من نظام الحسابات القومية (SNA) وميزان المدفوعات ووضعيتين الاستثمار الدولي (BPM) على فصول مشتركة تتناول وقع الدجته على الإحصاءات الماكرو-اقتصادية.

توفر عملية التحديث نحو نظامي SNA 2025 و BPM7 عددًا من الإيضاحات التي يُحتمل أن تكون مفيدة للمراكمين حتى قبل وضع المعايير الماكرو-اقتصادية الجديدة موضع التنفيذ. يقدم هذا القسم لمحة موجزة عن بعض مسائل البحث الرئيسية حول الدجته لجهة وقعها على التجارة الدولية. تنصّد لهذه المسائل في الملاحظات الإرشادية (GNs) المدرجة أدناه.^{١٩}

• خدمات التوسط الرقمية (GN C.4)

توضح هذه الملاحظة الإرشادية الفرق بين التعاقد الرديف على الخدمات وبين المعاملات التي يرتّب فيها الوسيط (أو يتوسط في) توفير الخدمة من دون تقديم الخدمة بنفسه. الفئة الأخيرة، وهي ما قد يمتدّ نحو التوسط بشأن البضائع، تشمل منصّات التوسط الرقمية. تستوعب الملاحظة الإرشادية «خدمات التوسط» هذه ضمن الخدمات التي يقدمها وكلاء؛ كما توصي بتسجيل رسوم هذه المنصّات بشكل منفصل عن المعاملة الرئيسية، ومن ضمن الخدمات المتصلة بالتجارة. يوصي الكتيب الحالي أيضًا بتسجيل رسوم منصّات التوسط الرقمية بنفس الطريقة (راجع القسم ٢-٣ والفصل ٥).

• الحوسبة السحابية (GN DZ.8)

بهدف جعل الحوسبة السحابية أكثر وضوحًا في الحسابات الماكرو-اقتصادية، تُعرّف هذه الملاحظة الإرشادية خدمات الحوسبة السحابية بأنها «حوسبة، وتخزين بيانات، وبرمجيات، وخدمات ذات صلة من تكنولوجيا المعلومات يتمّ النفاذ إليها عن بُعد عبر شبكة، ويتمّ توفيرها عند الطلب وباستخدام مُقاس للموارد يتيح فرض رسوم على أساس الدفع-لكلّ-استخدام». توصي الملاحظة بمعاملة مدفوعات الاشتراكات في البرمجيات على أنّها عمليات شراء خدمات، مع اعتبار التراخيص الطويلة الأجل للبرمجيات أصولًا ثابتة بغضّ النظر عما إذا كانت البرمجية مستضافة في السحابة أم لا. يجب تسجيل المعاملات الدولية في الحوسبة السحابية ضمن الخدمات الحاسوبية، إمّا كتجارة مطلوبة رقميًا أو كتجارة

مسلمة رقميًا، بحسب ما هو مناسب.

• العرايين (tokens) غير القابلة للاستبدال (NFTs) (GN DZ.10)

تعرف هذه الملاحظة الإرشادية الـ NFTs بأنها سجلات رقمية مستضافة على سلسلة-كتل «بلوكتشين» (blockchain) مرتبطة بأصل رقمي أو ماديّ، وقد تُخدم غرضًا وظيفيًا. تقوم الـ NFTs بتسجيل الحقوق المعينة للمالكها، وهي مختلفة عن الأصل أو المنتج المرتبط بها.

توصي الملاحظة الإرشادية بتسجيل الـ NFTs وفقًا للحقوق الممنوحة للمالك:

(أ) بشكل عامّ ينبغي تسجيل الـ NFT الذي يمنح حقوق الاستخدام الشخصي، وحقوق عرض الأصل الرقمي أو الماديّ المرتبط به، وكأنّه بمثابة استهلاك، على الرغم من أنّ بعض هذه العرايين قد تكتسب ميزات الأشياء الثمينة.

(ب) يجب اعتبار الـ NFT الذي يمنح بعض الحقوق التجارية، أو حقوقًا أخرى غير الاستخدام الشخصي، من دون ملكية الأصل المرتبط به (على سبيل المثال، الحق في طباعة قصصان مع الصورة)، وكأنّه بمثابة عقد أو ترخيص أو عقد إيجار.

(ج) ينبغي عدم تسجيل الـ NFT الذي يمنح ملكية كاملة لأصل رقمي أو ماديّ مرتبط به وكأنّه واقع في باب الأصول (هذا يفترض أنّ الأصل نفسه قد تمّ تسجيله بالفعل).

المعاملات الدولية حول عرايين الاستخدام الشخصي، أي وفقًا للنقطة (أ)، تسجّل عمومًا بصفتها خدمات، إمّا كتجارة مطلوبة رقميًا أو كتجارة مسلمة رقميًا، بحسب ما هو مناسب.

• التكنولوجيا المالية (Fintech) (GN F.7)

تناقش هذه الملاحظة الإرشادية الآثار المترتبة على المنتجات والخدمات والتقنيات المالية الجديدة وأنماط النفاذ التي أدخلتها التكنولوجيا المالية (financial technology) أو (fintech). على أنشطة ومعاملات التكنولوجيا المالية أن تُخصّص من ضمن القطاع المؤسسيّ الحالي، والنشاط الحالي، والمنتج الحالي، وأن تُعرّف بشكل منفصل (مع الفئات «من بينها»)، بحسب ما هو مناسب. وهذا ينطبق أيضًا على المتاجرة الدولية بالخدمات.

• الأصول المشفرة (GN F.18/GN DZ.2)

في العام ٢٠٢٣ اتّفقت هيئتا BOPCOM و AEG على معاملة الأصول المشفرة غير الملزومة كأصول غير مالية وغير منتجة، ومن ثمّ على استبعادها من نطاق التجارة الرقمية.

• تسجيل البيانات (GN DZ.6)

البيانات المنتجة والمستخدمّة في الإنتاج لأكثر من عام واحد تفي بخصائص ما هو أصل (asset) في نظام الحسابات

القومية، وبهذه الصفة ينبغي رسملتها في الحسابات القومية. يمكن بيع البيانات عبر معاملة سوقية، ويجب تسجيل المعاملات الدولية بشأن البيانات كخدمات، إما مطلوبة رقمياً أو مسجلة رقمياً، بحسب ما هو مناسب.

حواشٍ ختامية

والخدمات في هذا الكتيب ما يماثله في (SNA 2008 (UN، 2008a)، (IMTS 2010 (UN، 2011)، (BPM6 (IMF، 2009)، و (MSITS 2010 (UN، 2010).

١٢ هذه المقاربة متماشية مع التصنيف المقترح لمعاملات الخدمات في «دليل ميزان المدفوعات ووضعيات الاستثمار الدولي (BPM7)»، وهو قيد الإعداد حالياً؛ راجع <https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/CATT/c6-trade-in-services-classifications.ashx>.

١٣ يحدّد كتيب OECD حول مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية (OECD، 2023) سبع صناعات رقمية تكوّن الوحدات المؤسسية بناءً على الطريقة التي تستفيد بها من الدجتل، بدلاً من تكديسها بناءً على التقسيم المعهود القائم على نوع النشاط. يسرد هذا القسم، من بينها، الفئات الثلاث الأكثر صلة بالتجارة الرقمية.

١٤ هذا التعريف للـ e-tailers مرتكز على ما ورد في تصنيف الأمم المتحدة الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC) حول تعريف تجار المفرق، حيث تُستبعد الخدمات.

١٥ من المهم التأكيد على أنه في حين أنّ المعاملات غير النقدية المرتبطة بهذه المنصات المتصلة بالإنترنت تبقى خارج نطاق إطار القياس الحالي، فإنّ على إيرادات هذه الكيانات، والقيمة المضافة، والعمالة، وما إلى ذلك (المنشأة أو المستمرة عبر مبيعات خدمات الدعاية والبيانات)، أن تُسجّل في الحسابات الاقتصادية.

١٦ راجع https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/RAdocs/DZ3_GN_Free_Digital_Products_Core.pdf.

١٧ راجع <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/snaupdate/dztt.asp>.

١٨ راجع <https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/CATT/c4-merchanting-and-factoryless-producers-clarifying-negative-exports-in-merchanting-and-merchanting.ashx>.

١٩ هذه الملحوظات الإرشادية متاحة عبر صفحتي الويب <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/SNAUpdate/GuidanceNotes.asp> و <https://www.imf.org/en/Data/Statistics/BPM>.

١ يوضح بحث Ahmad و Schreyer (٢٠١٦) أنه لا يوجد تبخيس أو إفراط سيستمايين في تقدير التجارة الدولية بسبب الدجتل.

٢ لأغراض هذه المنشورة، يُستخدم مصطلحا «السلع» و «البضائع» كمرادفين لوصف السلع «التي تضيف إلى مخزون الموارد المادية في بلد من البلدان أو تطرح منه عبر دخولها (واردات) أو مغادرتها (صادرات) إقليمه الاقتصادي» (UN، 2011).

٣ حتى لو لم تكن إحصاءات الشركات الأجنبية التابعة (FATS) جزءاً مباشراً من إطار التجارة الرقمية، فإنّ إضافة بُعدي المطلوبة/المسجلة رقمياً إلى هذه الإحصاءات يمكن أن تعزّز فهم الأنشطة التابعة في التجارة الرقمية، بما في ذلك لدى منصات التوسط الرقمية (DIPs).

٤ على سبيل المثال، تسجّل حالياً خدمات قواعد البيانات كمتاجرة خدمات في BPM6 (IMF، 2009) ضمن فئة «خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات». لكن من الممكن أن تتضمن عدّة معاملات خدماتٍ أخرى مكوّناً له صلة بالبيانات.

٥ تتبثق التوضيحات 1 و 3 و 6 مباشرة من تعريف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي للتجارة الإلكترونية (OECD، 2011).

٦ تعكس اللغة هنا، بدقة، النصّ الداعم المقتبس من تعريف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. لأغراض هذا الكتيب، كلّ إشارة إلى «الويب» ينبغي أن تُفهم بأنّها إشارة إلى «الإنترنت»، بما في ذلك النفاذ إلى الإنترنت عبر أجهزة نقالة.

٧ ... وهو الآتي: «المعاملات الدولية التي تسلم عن بُعد بشاكال إلكترونيّ عبر استخدام شبكات حاسوبية مصمّمة خصيصاً لهذا الغرض» (OECD، IMF و WTO، 2019).

٨ لا تشمل منصات التوسط الرقمية في هذا الكتيب التوسط الماليّ.

٩ خدمات التوسط الرقمية هنا لا تشمل التوسط الماليّ.

١٠ صادق على إطار عمل SUTs الرقمية فريق الخبراء الاستشاري للأمم المتحدة المعنيّ بالحسابات القومية (AEG)، وهو المشرف على برنامج التحديث الشامل لنظام 2008 للحسابات القومية. راجع https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/RAdocs/ENDORSED_DZ5_Digital_SUTs.pdf.

١١ بغضّ النظر عن المناقشات الجارية على قدم وساق حول تصنيف المعاملات المتعلقة بالطباعة الثلاثية الأبعاد، يعكس نطاق السلع



٣- التجارة المطلوبة رقمياً

يعرّف هذا الكتيب التجارة المطلوبة رقمياً بأنها «بيع أو شراء دولي لسلعة أو خدمة يؤدي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصممة خصيصاً لغرض تلقي الطلبات أو تقديمها». يصف هذا الفصل كيف توفر المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال والأسر حول التجارة الإلكترونية أساساً لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. وهو يسلط الضوء على التحديات الكبيرة التي يمكن أن يواجهها المجهون عن المسوح، ولا سيما الأسر، عند عرفة المعاملات الدولية والإبلاغ عنها، وبالأخص عندما تمر عبر منصات التوسط الرقمية.

يقدم هذا الفصل أمثلة حسيّة من بلدان محدّدة، فتوصيات، حول كيفية استخدام المراكمين للمسوح ومصادر البيانات الإضافية من أجل تقدير مكونات التجارة المطلوبة رقمياً.

٣-١ عرفة المعاملات المطلوبة رقمياً

التجارة المطلوبة رقمياً، بحسب تعريفها في هذا الكتيب،

هي

«بيع أو شراء دولي لسلعة أو خدمة يؤدي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصممة خصيصاً لغرض تلقي الطلبات أو تقديمها».

يتماشى هذا التعريف مع مثيله المتعلق بالتجارة الإلكترونية والصادر عام ٢٠٠٩ عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD، ٢٠١١)، لكنه يركز حصراً على المعاملات الدولية.

ليس من الضروري إجراء الدفع والتسليم النهائي للسلع أو الخدمات عبر الإنترنت أيضاً. يمكن للمعاملات التجارية المطلوبة رقمياً أن تشمل مشاركين من جميع القطاعات المؤسسية، وأن تغطي طلبات مجرة عبر الإنترنت، أو عبر شبكة خارجية (إكسترنيت)،^١ أو عبر رسائل التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI)؛^٢ أما تلك المجرة عن طريق الهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني المنضد يدوياً فمستبعدة (راجع المؤطر ٣-١).

المعاملة التجارية تكون «مطلوبة رقمياً» إذا كانت الطلبية مقدمة ومتلقاة معاً:

١. «عبر الشبكات الحاسوبية»، و

٢. «بطرق مصممة خصيصاً لغرض تلقي الطلبات أو تقديمها».

في معظم الحالات سيكون الإنترنت هو «الشبكة الحاسوبية» التي تسهل التجارة المطلوبة رقمياً. لكن من الممكن أيضاً أن تؤدي الطلبات الرقمية عبر شبكات خاصة، مثل توصلات شبكية مباشرة بين الشركات (الكبيرة عادةً) وزبائنها التجاريين. لمزيد من الإيضاحات حول الشبكات الحاسوبية راجع المؤطر ٢-١ في الفصل ٢.

يشمل الطلب الرقمي طلبات مؤداة عبر مواقع الويب أو عبر تطبيقات أو من خلال «عربة تسوق متصلة بالإنترنت» أو عبر استمارة للتعبئة. هذه هي الحال سواء أكان موقع الويب أو التطبيق المعني يخص البائع أو تابعاً لطرف ثالث، مثل موقع تسوق أو موقع مزاد متصل بالإنترنت. يمكن أيضاً تأدية الطلبات الرقمية من خلال أنظمة طلب عبر الإكسترنيت وعبر رسائل من نوع «التبادل الإلكتروني للبيانات» (أي، من-ماكينة-إلى-ماكينة).

تحتوي بعض «روبوتات الدردشة» أو «الوكلاء الافتراضيين»، هي الأخرى، على ميزات تسمح بتأدية طلبات

رقمية. تُعرّف كيانات كهذه بأنها «شخصية افتراضية اصطناعية الذكاء يولدها الحاسوب ويحركها، وتعمل كممثل لخدمة الزبائن عبر الإنترنت» (Eurostat، ٢٠٢١). يؤدي الزبائن الطلبات من خلال «محادثة متهيكلية» مأمّنة يُطلب خلالها من الزبون تقديم المعلومات اللازمة لتعبئة استمارة الطلبية. الطلبات المؤداة عبر أوامر صوتية موجهة إلى مساعدين افتراضيين (كتلك المتضمنة في الهواتف النقالة وأجهزة التكلّم الذكية) تفي أيضاً بالمعايير الموضحة أعلاه، ويجب إدراج كل ما هو معاملات دولية ضمن التجارة المطلوبة رقمياً.

في معظم الحالات يسهل تطبيق مفهوم الطلب الرقمي على معاملة دولية وعرفنة قيمة المعاملة الواجب تضمينها في التجارة الرقمية. ثمة أمثلة على معاملات مختلفة، مطلوبة رقمياً، نوردتها في الملحق «ب»، ومعها إرشادات حول كيفية إدخالها في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية المبين في الفصل ٢.

غير أنّ الطلب الرقمي هو أيضاً ميزة في بعض المعاملات الأكثر تعقيداً. تفضي بعض الطلبات الرقمية إلى توفير مستمر للخدمات مع المدفوعات المصاحبة (المعاملات المتكررة). مثال ذلك الاشتراكات في وسائط البث الدفقي وخدمات البرمجيات والألعاب عبر الإنترنت، والاشتراكات في خدمات منصات التوريد المتصلة بالإنترنت، والاشتراكات في استئجار الملابس، وغيرها الكثير.

على الرغم من أنّ تأدية الطلبية تتمّ لمرة واحدة فقط، تستمرّ الخدمة على مدى فترات لاحقة طالما لم تلغ الطلبية ودُفعت رسوم الاشتراك. يجب إدراج كامل المعاملات المتصلة بالطلبات الرقمية الدولية والمؤداة خلال فترة الإبلاغ الإحصائي الحالية ضمن باب التجارة المطلوبة رقمياً. من حيث المبدأ، يمكن اعتبار المعاملات اللاحقة مطلوبة رقمياً (أي امتداداً للطلبية الرقمية الأصلية)، ويمكن تسجيلها أيضاً كتجارة مطلوبة رقمياً. لكن، على الصعيد العملي، من المرتقب ألا تحوز الشركات ما يلزم من معلومات لعرفنة طريقة الطلب الأصلية المرتبطة بالمدفوعات المتكررة - خصوصاً بالنسبة إلى الاشتراكات التي بدأت لسنوات أو حتى لعقود خلت. لذا قد يصبح من الضروري تقدير الحصّة الناشئة عن الطلبات الرقمية استناداً إلى إجمالي دخل الاشتراك في الفترة الحالية. أحد الاحتمالات هو القيام بذلك استناداً إلى حصّة الطلب الرقمي من الاشتراكات المنشأة في الفترة الحالية. من الممكن الزعم أنّها ستعكس حصّة الطلب الرقمي التي كانت ستنشأ لو كان على الزبائن تأدية طلبية جديدة كل مرة بدلاً من تحديد الخدمة تلقائياً.

المؤطر ٣-١: إرشادات الأونكتاد المتعلقة بتعريف التجارة الإلكترونية

يستثني تعريف الـ OECD للتجارة الإلكترونية الطلبات المؤداة عبر الهاتف والفاكس ورسائل البريد الإلكتروني المنصدة يدوياً. السبب هو أن طرق الطلب هذه لم تكن «مصممة خصيصاً لغرض تلقي الطلبات أو تقديمها».

غير أنه يبقى من الممكن استخدام رسائل البريد الإلكتروني والأشكال الأخرى للرسائل المنصدة يدوياً، كتلك المرسلة عبر تطبيقات المراسلة أو الشبكات الاجتماعية، لتقديم الطلبات وتلقيها عبر الإنترنت. هذه هي الحال بشكل خاص في بعض البلدان النامية، حيث توفر هذه الرسائل للشركات، وخصوصاً الصغيرة منها، طريقة منخفضة الكلفة وسهلة المنال لتلقي الطلبات عبر الإنترنت، حتى عندما يكون النفاذ إلى المعدات الرقمية والبنية التحتية والمهارات محدوداً.

على سبيل المثال، لوحظ أن الزيادة الحادة في عدد الشركات في البرازيل التي باعت عبر الإنترنت خلال وباء COVID-19 (من ٥٦ في المائة من أصل جميع الشركات عام ٢٠١٩ إلى ٧٤ في المائة عام ٢٠٢١) قد غذتها في الأساس طلبات مؤداة عبر تطبيقات المراسلة (من ٤٢ في المائة من أصل الشركات البائعة عبر الإنترنت إلى ٧٨ في المائة)، والبريد الإلكتروني (من ٣٩ في المائة إلى ٦٢ في المائة)، والشبكات الاجتماعية (من ٢٠ في المائة إلى ٣٩ في المائة). كذلك كانت هذه الطلبات فائقة الأهمية بالنسبة إلى الشركات التي تباع عبر الإنترنت من خلال قناة واحدة فقط (UNCTAD، ٢٠٢٣).

عند وضع تعريف الـ OECD للتجارة الإلكترونية موضع التنفيذ العملي، نص دليل الأونكتاد لإنتاج إحصاءات الاقتصاد الرقمي لعام ٢٠٢٠ (UNCTAD، ٢٠٢١a) على أنه «مراعاة لاختلاف مستويات التطور التكنولوجي في البلدان، توصي الشراكة [حول قياس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية] بتجميع بيانات عن الطلبات الواردة أو المقدمة عبر الإنترنت، بما في ذلك عن طريق البريد الإلكتروني». وعليه، فقد تختلف البلدان لجهة إدراج أو عدم إدراج الطلبات المجرة عبر رسائل البريد الإلكتروني المنصدة يدوياً في إحصاءات التجارة الإلكترونية. والواقع أن عدة بلدان أعضاء في الـ OECD تدرج الطلبات المؤداة عبر البريد الإلكتروني ضمن منشوراتها حول مبيعات التجارة الإلكترونية الخاصة بها (UNCTAD، ٢٠٢٣).

هذا الأمر يسلط الضوء على مدى أهمية التسجيل الواضح لجميع الجوانب المتعلقة بمدى تغطية المسح وإبلاغها للمستخدمين من أجل إتاحة الوصول إلى التفسير المناسب ومقارنة الإحصاءات الناتجة. إذا أدرجت الرسائل المنصدة يدوياً ضمن نطاق التجارة الإلكترونية، فالأفضل أن تقاس قيمة هذه المعاملات بشكل منفصل عن تلك المجرة عبر قنوات التجارة الإلكترونية الأخرى. إذا لم يكن ذلك ممكناً (مثلاً بسبب العبء على المجيب)، يوصى بأن يُسأل المجيبون إذا كانت المبالغ المبلغ عنها تشمل الطلبات (أو المشتريات) المجرة عبر الرسائل، إذ إن ذلك يعطي إشارة إلى مدى رَجَاح (prevalence) قناة الطلب هذه ونطاقها المحتمل ضمن المعاملات المعنية. يتوفر مثال على ذلك في استبيان الأونكتاد النموذجي لمسوح استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (راجع UNCTAD (٢٠٢١a)، الملحق ٢).

المصدر: UNCTAD.

المطلوبة رقمياً.

يستكشف المؤطر ٣-٢ كيفية عرفة الطلب الرقمي وتطبيقه في حالات مخصوصة إضافية.

بعد إرساء الميزات المحددة التي تعرفن المعاملات التجارية المطلوبة رقمياً، يتقصى القسم ٣-٢ المصادر والطرق لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. ثم ينظر القسم ٣-٣ في قياس التداخل بين التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلمة رقمياً. أخيراً يوفّر

في بعض الحالات قد يتفق طرفان في بلدين مختلفين على «عقد إطارى» شامل لتزويد السلع أو الخدمات من أحدهما إلى الآخر. من الأمثلة على ذلك اتفاقية تصبح بموجبها شركة في البلد «أ» المورد الحصري لمنتجات معينة إلى شركة في البلد «ب». يمكن التفاوض على العقد الإطارى والاتفاق عليه شخصياً، مع تحديد مُتَنَابِتات (parameters) مثل أسعار الوحدات، والأحجام الدنيا للمشتريات، ومدة الاتفاقية. كل الطلبات عبر الإنترنت الناجمة عن اتفاقيات كهذه يجب إدراجها ضمن التجارة

القسم ٣-٤ توصيات مفتاحية وجدولاً موجزًا يقدم نظرة عامة حول ما تنطوي عليه المصادر المتاحة من نقاط قوة ومحدوديات.

٣-٢ قياس التجارة المطلوبة رقميًا

كما ذكر القسم ٣-١ (وأوضحه الشكل ١-٤ من الفصل ١)، تتكوّن التجارة المطلوبة رقميًا من معاملات التجارة

الإلكترونية الدولية. تتضمن أيّ معاملة تجارة إلكترونية طرفين رئيسيين - المشتري والبائع. قد تشغل أيًا من هذين الدورين شركات أو أسر أو هيئات حكومية أو مؤسسات غير متوخية الربح تخدم الأسر (NPISHs). تدفقات التجارة الإلكترونية الأكثر شيوعًا وخضوعًا للتحليل على نطاق واسع هي المعاملات من شركة إلى شركة (B2B) والمعاملات من شركة إلى مستهلك (B2C).

المؤطر ٣-٢: الطلب الرقمي في حالات مخصصة

الخدمات المالية وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية

كما ذكر في الفصل ٢، تُعدّ الخدمات المالية وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية ضمن نطاق التجارة الرقمية. وهذا إقرار بوقع الدجته الوازن على كفيّة الاشتراك في هذه المنتجات وتوفرها، بما في ذلك عبر الحدود، على الرغم من أنّ عدّة خدمات ركنيّة (مثل توفير السيولة وتدبّر المخاطر) لا تعتمد بشكل مباشر على قابليتها للترقّم.

تعتبر الخدمات المالية وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية مطلوبة رقميًا عندما يتقدّم الزبون (أفرادًا كان أم مؤسسة) بطلب عبر الإنترنت للحصول على خدمة - مثلًا، فتح حساب مصرفي أو حساب تجاري، أو الحصول على قرض، أو الاشتراك في عقد تأمين أو معاش تقاعدي.

قد تحتوي بعض الخدمات المالية وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية على ميزات الطلب الرقمي وغير الرقمي معًا. على سبيل المثال، يستطيع الزبون الاشتراك عبر الإنترنت في خدمة تداول الأسهم، فيدفع رسومًا شهرية تسجل ضمن التجارة المطلوبة رقميًا. وبموجب العقد، قد يعطي الزبون تعليمات لشراء الأسهم أو بيعها، وكنتيجه لذلك يتعيّن عليه دفع «رسوم إجراء» محدّدة. يجب اعتبار التعليمات ورسوم الإجراء المرتبطة بها طلبية/معاملة منفصلة تقيّم وفقًا لما إذا أُدّيت رقميًا أم لا.

في بعض الحالات، عندما يطلب الزبون تطويرًا لعقد ما، من الضروري اعتبار ذلك مُفضيًا إلى معاملة منفصلة. مثلًا، قد تحصل شركة ما على بوليصة تأمين سفر للموظّفين من مزود موجود في الخارج. بما أنّ الطلب أُدّي عبر الإنترنت، يجب إدراج هذه المعاملة ومدفوعات الاشتراك المتأثية ضمن التجارة المطلوبة رقميًا. بعد عدّة أشهر، اتصلت الشركة بمؤسسة التأمين عبر الهاتف لتمديد الوثيقة بغية تغطية مخاطر خسارة المعدات المتخصصة أو تلفها أثناء رحلة العمل، الأمر الذي يزيد من إجمالي قسط التأمين الواجب تسديده. يمكن اعتبار هذا الأمر بمثابة إنشاء عقد جديد أو معاملة جديدة، وتستبعد مدفوعات الأقساط اللاحقة من التجارة المطلوبة رقميًا، إذ تمّ تقديم الطلب عبر الهاتف.

قد تؤدي تعقيدات خدمات التأمين المالي وخدمات المعاشات التقاعدية إلى أن تصبح الفروق المذكورة أعلاه، بالنسبة إلى بعض مزودي هذه الخدمات، صعبة للغاية إن في تنفيذها العملي أو في الإبلاغ عنها. يوصى بضرورة تطوير إرشادات مخصصة لمساعدة هذه المؤسسات على الإجابة عن المسوح، وينبغي تشاطر هذه الإرشادات على المستوى الدولي كي يتعلّم منها مراكمو البيانات الآخرون.

خدمات التجوال (roaming) النقل

قام فرد يستخدم بطاقة SIM خاصّة ببلده الأصلي للتواصل بشبكة خلوية، ولتلقّي خدمات منها في البلد الذي يزوره، بشراء هذه الخدمة من مزود اتصالات في بلده الأصلي. هنا تتمّ المعاملة التجارية بين المضيف ومزود خدمات الاتصالات في البلد الأم، ويجب أن تعكس المبلغ الذي يتقاضاه الأول من الثاني مقابل خدمة التجوال. يجب إدراج هذا المبلغ ضمن التجارة المطلوبة رقميًا.

المعاملات بين الشركات التابعة لمجموعة

يتمّ تبادل نسبة عالية من واردات السلع والخدمات وصادراتها في ما بين شركات تابعة لمجموعة. يمكن للمؤسسات التابعة استخدام شبكات أو أنظمة حاسوبية خاصّة بالمجموعة لغرض تلقّي الطلبات وتقديمها ضمن أعضاء المجموعة. هنا تنطبق المبادئ نفسها كما على التجارة بين الشركات غير التابعة، وتعدّ الطلبات المجراة عبر هذه الأنظمة تجارة مطلوبة رقميًا.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

تتمثل إحدى الفوائد المفتاحية للمصادر المسحقة في أن بالإمكان تصميمها لتغطية الوحدات المؤسسية ذات الصلة، والتدفقات التجارية، وبنود الإبلاغ، مع ضمان التماشي أيضاً مع المفاهيم الملائمة. في المقابل، يمكن أن توفر مصادر بديلة للبيانات إمكانية تجنب التكلفة والعبء المرتبطين بالمسوح، لكنها غالباً ما تتطلب تنازلات بشأن مدى تغطية الوحدات المؤسسية أو التدفقات التجارية، أو توافر بنود الإبلاغ، أو التماشي مع مفهوم الطلب الرقمي.

تعدّ المعاملات الخاصة بمؤسسات الأعمال نقطة انطلاق طبيعية عند قياس التجارة المطلوبة رقمياً. تتيح التجارة الإلكترونية للشركات تحقيق مبيعات، بما في ذلك مبيعات عبر الحدود. يبيّن المؤطر ٣-٣ أن من المعقول تماماً التأكيد على أن الشركات تمثل غالبية كبيرة من مبيعات التجارة الإلكترونية من حيث القيمة، لذا فمن المحتمل أيضاً أن تشتمل على غالبية الصادرات المطلوبة رقمياً.

علاوة على ذلك، ووفقاً لتقديرات الأونكتاد، فإن نحو ٨٠ في المائة (من حيث القيمة) من مبيعات الشركات عبر التجارة الإلكترونية تؤدي لمشتريين هم أيضاً شركات (UNCTAD، ٢٠٢١)، واستطراداً، يتوقع أن تغطي هذه المبيعات عبر التجارة الإلكترونية جزءاً كبيراً من الواردات المطلوبة رقمياً.

تعدّ الشركات أيضاً جهات فاعلة رئيسية، وأصحاب مصلحة في مختلف مجالات رسم السياسات المتعلقة بالتجارة الرقمية والمنصوص عليها في الفصل الأول، بما في ذلك التجارة الدولية، والسياسة الجمركية، وسياسة المنافسة، والسياسة الضريبية، والزراعة والتنمية الاقتصادية. لذا تعدّ قياسات القيمة التي تولدها الشركات وتستحوذها من خلال التجارة المطلوبة رقمياً مجالاً مفتاحياً يعكس احتياجات المستخدم.

وعليه، ينبغي على التجارة المطلوبة رقمياً والمتنوعة للشركات كطرف بائع (صادرات) وكطرف مشتري (واردات) أن تكون أولوية القياس القصوى بشكل عام. غير أن الوضعيات ستختلف باختلاف البلدان، وعلى مراكمي إحصاءات التجارة الرقمية تقييم مدى ربحان وأهمية معاملات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود والمختصة بالوحدات الحكومية، والمنظمات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs)، وخصوصاً الأسر، بغية تحديد الأولويات والتأكد من أن الإحصاءات المنتجة شاملة بما فيه الكفاية.

بما أن السلع تمثل أكثر من ثلاثة أرباع التجارة العالمية (WTO، ٢٠٢٢)، وحيث إن البيانات المحدودة المتاحة تشير إلى أن نحو ثلثي مبيعات التجارة الإلكترونية تتعلق بالسلع (راجع القسم ٣-٣)، يمكن أن تكون تجارة السلع المطلوبة رقمياً نقطة أخرى محتملة ومفتاحية لبدء القياس. المصدر الرئيسي لإحصاءات تجارة البضائع هو البيانات المجمعة عبر التصاريح الجمركية. وعند استكمالها بتقديرات حول التجارة المنخفضة القيمة، توفر قياساً شاملاً لجميع صادرات سلع الاقتصاد المراكم ووارداته. كما أن تنفيذ عرفة الشحنات المطلوبة رقمياً ضمن أنظمة الجمارك يوفر

أحد الآثار المترتبة على ذلك هو أن قياسات عائدات الشركات من التجارة الإلكترونية ونفقات الأسر على التجارة الإلكترونية ضمن اقتصاد معين سوف تتداخل جزئياً بسبب كون الشركات بائعة لمستهلكين ضمن الاقتصاد نفسه. لكن، في سياق التجارة الدولية، يكون أحد الطرفين، إما المشتري أو البائع، دائماً خارج الاقتصاد المراكم. لذا فإن المصادر التي تقيس المبيعات والمشتريات المطلوبة رقمياً إلى أطراف خارج البلاد من جانب شركات وأسر في الاقتصاد المراكم ستؤدي إلى نتائج قابلة للانضيااف (additive) وغير متقاطعة (mutually exclusive).

غير أن العديد من معاملات التجارة الإلكترونية يتضمن أيضاً طرفاً ثالثاً - منصة توسط رقمية (DIP)، مثلاً - يعمل كوسيط. هذا الواقع يمكن أن يؤدي إلى جملة من العوامل المعقدة.

أولاً، قد يؤدي اشتراك طرف ثالث في المعاملة إلى صعوبة تقييم ما إذا كان البائع والمشتري مقيمين في البلد نفسه - خصوصاً بالنسبة إلى المشاركين في المسح، إذ قد يعتقدون أنهم يشتررون مباشرة من منصة توسط رقمية، أو قد لا يعلمون ما إذا كانت المنصة مقيمة في بلدهم أم لا. يمكن أن تؤدي أمور كهذه إلى حالات يبلغ فيها عن معاملة بين أطراف محلية على أنها تجارة إلكترونية دولية بدعوى أن المنصة هي أجنبية مقيمة؛ أو لا يبلغ عن عملية شراء إلكترونية عبر الحدود بأنها تجارة دولية ما دامت المنصة مقيمة في نفس بلد المشتري.

ثانياً، لتسهيل المعاملة، توفر المنصة ذاتها خدمات التوسط الرقمية لكل من البائع والمشتري، ويجب تسجيلها كتجارة مطلوبة رقمياً ومسلّمة رقمياً عندما تكون المنصة مقيمة في اقتصاد مختلف عن اقتصادي كل من المشتري والبائع (حتى عندما يكون البائع والمشتري مقيمين في نفس البلد). راجع الفصل ٥ لمزيد من المعلومات حول قياس وتسجيل المعاملات التي تنطوي على منصات توسط رقمية.

لا يوجد مصدر واحد يمكنه تقديم قياس شمولي للصادرات والواردات المطلوبة رقمياً على مستوى الاقتصاد ككل. يوضح الشكل ٣-١ مصادر البيانات المحتملة حول التجارة المطلوبة رقمياً تبعاً لتغطية تدفقات تجارة الصادرات والواردات المطلوبة رقمياً عبر مختلف القطاعات المؤسسية. كما يحدّد قدرة المصادر على تجميع البيانات حول بنود التجارة المطلوبة رقمياً في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية المبين في الفصل ٢. كما يؤخذ في الحسبان مدى التماشي مع مفهوم الطلب الرقمي نفسه.

بما أن المرتقب هو أن تكون جميع مصادر البيانات المحتملة هذه في حوزة بلدان قليلة فقط، فإن الغرض الرئيسي من الشكل ٣-١ هو دعم المراكمين في عرفة المصادر المحتملة واستكشاف ما تستطيع أن تقدّمه فردياً وجمعياً من مدى في التغطية. كما تنبئ الرموز المرجعية للأقسام، الواردة في الشكل ٣-١، أين يمكن العثور على مزيد من التفاصيل حول كل مصدر في هذا الفصل. أما الجدول ٣-٢ فيفرش نظرة عامة مكّلة لما تنطوي عليه مصادر البيانات هذه من نقاط قوة ومحدوديات على صعيد قياس التجارة المطلوبة رقمياً.

إمكانية قياس مكوّن كبير من التجارة المطلوبة رقميًا على نحو عابر لكل القطاعات المؤسسية، ويمكن أدمجته مباشرة ضمن إحصاءات التجارة الدوليّة للبضائع (راجع القسم ٣-٢-٢). أحد التداعيات الرئيسيّة للشكل ٣-١ هو أنّه سيكون من الضروريّ تدميج مصادر البيانات للحصول على إحصاءات تمثّل

الاقتصاد بأكمله. تدرس الأقسام الفرعية الآتية مصادر البيانات المختلفة هذه بمزيد من التفصيل. مثلاً، في حالات معينة (القسم ٣-٢)، قد توفر بيانات المدفوعات بالبطاقة قياساً متيناً لإنفاق الأسر على الواردات المطلوبة رقمياً، وستكمل قياسات واردات مؤسسات الأعمال المشتقة من المسوح (القسم ٣-٢-

الشكل ٣-١: القطاع المؤسسي والتغطية المفاهيمية لمصادر التجارة المطلوبة رقمياً

إجماليّ القطاعات المؤسّسيّة				الحكومات والمنظمات غير المتوخّبة الربح التي تخدم الأسر (NPISH)	الأسر				مؤسّسات الأعمال									
تقديرات التجارة المنخفضة القيمة ^٥		التصاريح الجمركيّة ^٤		مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات		المدفوعات بالبطاقة ^٣		مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات		عائدات ضريبة القيمة المضافة ^٢		مسوح الشركات المتعدّدة الجنسيّات ^١		المسوح الركنيّة على مؤسّسات الأعمال		مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات		المصدر
٢-٢-٣				١-٢-٣		٢-٢-٣		١-٢-٣		٢-٢-٣		١-٢-٣						الرمز المرجعيّ للقسم
M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	الصادرات (X) / الواردات (M)
																		التجارة المطلوبة رقميًّا
																		السلع
																		منها: عبر منصات التوسّط الرقميّة
																		الخدمات
																		منها: عبر منصات التوسّط الرقميّة
																		التجارة المطلوبة رقميًّا والمسلّمة رقميًّا
تغطية جزئيّة / تماشٍ مفاهيميّ (راجع الملاحظات)																		عنوان تفسيريّ:
تغطية كليّة / تماشٍ مفاهيميّ (وفقًا لتصميم المسح)																		

ملاحظات:

١. مدى تغطية جزئي - للشركات المتعددة الجنسيات حصراً؛ عدم تماشي مفاهيمي، يمكن للمسح أن يشمل مبيعات من خلال شركات فرعية/شركات تابعة محلية خارج البلد المُرَكِّم. فمثل المسوح المجرة على الشركات المتعددة الجنسيات إلى التركيز على المبيعات (الصادرات) من دون تغطية مشتريات (واردات) الشركة.
٢. مدى تغطية جزئي - للشركات المسجلة في ضريبة القيمة المضافة حصراً؛ يمكن للمسح أن يستبعد الشركات التي تتبع عبر الإنترنت من خلال قنوات أخرى غير موقعها الإلكتروني/متجر الويب الخاص بها (مثلاً، عبر أسواق متصلة بالإنترنت أو عبر التبادل الإلكتروني للبيانات)؛ إمكانية إفراط في مدى التغطية - يمكن للمسح أن يشمل مبيعات من خارج الإنترنت لمؤسسات أعمال تباع عبر الإنترنت.
٣. مدى تغطية جزئي - للمدفوعات المسددة بالبطاقة حصراً؛ إمكانية إفراط في مدى التغطية - يمكن للمسح أن يشمل مدفوعات مجرة على بطاقات الشركات/مؤسسات الأعمال أو مدفوعات مجرة على بطاقات شخصية لأغراض الأعمال. من الممكن إجراء تقسيم بحسب السلع والخدمات والخدمات المطلوبة رقمياً استناداً إلى شيفرات فئات التاجر.
٤. مدى تغطية جزئي - حصراً للبضائع التي تتجاوز عتبات جمركية/إحصائية ذات صلة.
٥. مدى تغطية جزئي - حصراً للبضائع ما دون عتبات جمركية/إحصائية ذات صلة.

ملاحظة: يشير الرمز المرجعي للقسم إلى المكان الذي يمكن أن تستقي منه تفاصيل إضافية حول كل مصدر وارد في طيات هذا الفصل.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

الشركات عن عائدات مبيعاتها من معاملات التجارة الإلكترونية وعن مصروفاتها على المشتريات (مثلاً، المدخلات المادية، الخدمات، إلخ). عبر التجارة الإلكترونية. في الوقت عينه، ونظراً إلى الدور الأساسي للأسر كمستهلكين، تركز المسوح الأسرية بشكل أكبر على قياس مصروفات الأسر عبر التجارة الإلكترونية. غير أنّ هناك أمثلة لقياس عائدات الأسر عبر الإنترنت من جزاء بيع أصناف معينة (مثلاً المشغولات اليدوية أو الأصناف المستعملة) و/أو الخدمات (مثلاً المبيت والنقل وخدمات التوصيل وما إلى ذلك).

تستكشف الأقسام الفرعية الآتية استخدام المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال، والمسوحات الأسرية، والمسوح على الوحدات الحكومية أو المؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs)، لتجميع المعلومات الملائمة من أجل قياس/ تقدير التجارة المطلوبة رقمياً.

المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال

مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

الوسيلة الأكثر استخداماً لقياس التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال هي المسوح حول استخدام هذه المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. إذا ضمنا إليها «مسوح التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال»، المماثلة ولكن الأكثر تخصيصاً، تشير التقديرات إلى أنّ نحو ٨٠ دولة في جميع أنحاء العالم قد أجرت مثل هذه التجميعات (UNCTAD، ٢٠٢٣). تعتبر المسوح السنوية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة

(١). كذلك يجب استكمال القياسات الجمركية لتجارة السلع المطلوبة رقمياً (القسم ٣-٢-٢) بأرقام عن واردات الخدمات المطلوبة رقمياً والمستمدّة من مصادر أخرى.

الأمر المتّصل بكلّ ما تقدّم هو أنّ تُربط البيانات الجزئية بعضاً ببعض. مثلاً، من خلال أدمجة بيانات تجارة السلع والخدمات بالإجابات عن مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، سيكون من الممكن تحديد كلّ من الشركات المصدّرة التي تحقّق على الأقلّ بعض المبيعات عبر التجارة الإلكترونية، والشركات المستوردة التي تستخدم التجارة الإلكترونية لشراء بعض مدخلاتها على الأقلّ (أو تقدير ميلان propensity) مؤسسات أعمال ذات خصائص معينة إلى القيام بأيّ من هذين الأمرين). ومع معرفة إجمالي واردات وصادرات هذه الشركات من مصادر تجارة السلع والخدمات، يمكن الاستعانة بمزيد من المعلومات المجمّعة عبر مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو عبر مصادر مناسبة أخرى، لتقدير جزء التدفّقات التجارية المطلوب رقمياً.

١-٢-٣ مصادر المسوح

التماشي بين تعريفَي المعاملات التجارية المطلوبة رقمياً ومعاملات التجارة الإلكترونية (بمعنى أن يكون الاختلاف الوحيد بينهما أنّ يقتصر الأوّل على معاملات بين مقيمين وغير مقيمين) يعني أنّ المسوح المستخدمة لقياس التجارة الإلكترونية يمكن أن توفر أساساً يتيح قياس التجارة المطلوبة رقمياً.

حتى الآن ركّزت معظم الجهود لقياس قيمة التجارة الإلكترونية على الشركات والأسر. يمكن للمسوح أن تسأل

المؤطر ٣-٣: بيانات حول مؤسسات الأعمال والأسر في التجارة الإلكترونية

كمعدّل عبر دول منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، تلقت نحو ٣٠ في المائة من الشركات طلبيات عبر الشبكات الحاسوبية خلال عام ٢٠٢٢. ٣ في نفس العام باع نحو ٢٠ في المائة من الأفراد سلعة أو خدمات عبر الإنترنت. ٤ في كندا أفاد ١٢ في المائة من الأشخاص في سنّ الخامسة عشرة وما فوق أنّهم كسبوا أموالاً عبر الإنترنت خلال عام ٢٠٢٠. كان متوسط الدخل من الأنشطة عبر الإنترنت ٢٧٠٠ دولار كندي (نحو ٢٠٠٠ دولار أميركي). بالمقارنة، بلغ متوسط قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية في العام التالي ٣,٧ مليون دولار كندي عبر جميع مؤسسات الأعمال، وأكثر من ٥٠٠ ألف دولار كندي للشركات الصغيرة (Statistics Canada، ٢٠٢٢a).

في اليابان عام ٢٠٢١، يُقدّر أنّ معاملات التجارة الإلكترونية من شركة إلى شركة (B2B) بلغت أكثر من ٣٧٠ تريليون ين، والتجارة الإلكترونية من شركة إلى مستهلك (B2C) نحو ٢١ تريليون ين، والتجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك (C2C) ٢,٢ تريليون ين فقط (METI، ٢٠٢٢). خلال عام ٢٠١٣ شكّلت التجارة الإلكترونية C2C واحداً في المائة فقط من إجمالي قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية في جمهورية كوريا (Statistics Korea، ٢٠١٤).

تشير هذه البيانات بقوة، إذا أخذت مجتمعة، إلى أنّ الشركات هي الجهات الفاعلة الرئيسية في التجارة الإلكترونية، واستطراداً، في التجارة المطلوبة رقمياً.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

بمؤسسات الأعمال إلزامية قانوناً للدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، وتجرى أيضاً في بلدان أخرى مشاركة في النظام الإحصائي الأوروبي (أي البوسنة والهرسك، أيسلندا، الجبل الأسود، مقدونيا الشمالية، النروج، صربيا، تركيا).^٥ كما تجرى مسح سنوية، أو كل سنتين، في معظم البلدان الأخرى التابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي وفي البرازيل، وهذه الأخيرة تقدّم أيضاً إحصاءات لقاعدة بيانات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي حول نفاذ مؤسسات الأعمال إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لها.^٦

أما وتيرة مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال في الاقتصادات الأخرى فهي أكثر تنوعاً، ولكن ثمة أمثلة عدّة على تجميعات متكررة، خصوصاً في آسيا، ومنها الصين واندونيسيا وماليزيا والفلبين وسنغافورة وتايلاند. يمكن العثور على إحصاءات من هذه البلدان في قاعدة بيانات الأونكتاد الخاصة بالمؤشرات الرقمية حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.^٧

إلى جانب تتبع مجموعة واسعة من استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، استعملت هذه المسوح لفترة طويلة من أجل استيضاح الشركات عمّا إذا كانت قد اعتمدت التجارة الإلكترونية (UNCTAD، ٢٠٢١a). تُعدّ حصّة الشركات التي تجري مبيعات تجارة إلكترونية وحصّة مُدخلات الشراء عبر التجارة الإلكترونية من بين المؤشرات الرقمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات^٨ كما وضعتها «الشراكة في قياس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية»، التي تضمّ من بين أطرافها الفاعلين النشطين منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي والأونكتاد، إلى جانب العديد من المنظمات الإقليمية والدولية الأخرى.^٩ وقد اعتمدت المؤشرات الرقمية رسمياً لدى الدول عندما صادقت عليها لجنة الإحصاء في الأمم المتحدة. ولكن مع ذلك، وعلى الرغم من أنّ المعلومات حول مدى ارتشاف (uptake) الشركات للتجارة الإلكترونية مفيدة للأغراض التحليلية ورسم السياسات، فإنّ قياس القيمة النقدية لمعاملات التجارة الإلكترونية، بما في ذلك تلك العابرة للحدود، يعدّ خطوة تالية وحاسمة ستتيح أذبح التجارة الإلكترونية ضمن أطر الإحصاءات الاقتصادية، بما في ذلك إحصاءات التجارة.

من أجل تقصي قيمة التجارة الإلكترونية لدى مؤسسات الأعمال، من التحسينات المنطقية على المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال أن تُسأل كلّ شركة منخرطة في التجارة الإلكترونية عن إيراداتها المتأتية من مبيعات التجارة الإلكترونية، وعن مصروفاتها على مشتريات التجارة الإلكترونية. يمكن طلب هذه المعلومة إمّا كقيم نقدية مباشرة، أو كنسبة مئوية من إجمالي إيرادات/ مصروفات المبيعات لدى الشركة.

تمكّنت غالبية الدول التي أجرت مسوحاً حول تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال من تجميع ولو بعض المعلومات حول القيمة. على سبيل المثال، قامت الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي بتجميع بيانات حول قيمة رقم الأعمال من جرّاء طلبات التجارة الإلكترونية منذ عام ٢٠١٢. مع ذلك، وحتى عام ٢٠٢٣، نُشر عدد قليل نسبياً من هذه الدول أرقاماً نقدية حول قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية (UNCTAD، ٢٠٢٣).

في كثير من الحالات، تستكمل مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال أسئلتها حول ما إذا كانت الشركة منخرطة في مبيعات التجارة الإلكترونية بمطالب إضافية - الأكثر شيوعاً منها هي حول الزبائن الذين تبيعهم الشركة المجية (شركات، حكومات، مستهلكون)، وقنوات البيع المستخدمة (مواقع ويب/تطبيقات خاصة، مواقع ويب/تطبيقات/مواقع تسوّق خارجية، رسائل تبادل إلكتروني للبيانات). سؤال متابع آخر وشائع هو ما إذا كانت الشركة قد حققت مبيعات عبر التجارة الإلكترونية لزبائن خارج البلاد. كما يطلب استفسار إضافي تمّ وضعه موضع التطبيق في عدد محدود من البلدان تقسيماً لإجمالي قيمة المبيعات عبر التجارة الإلكترونية، إمّا كنسب مئوية أو كمبالغ نقدية، بحسب كلّ من المكونات المحلية والدولية (UNCTAD، ٢٠٢٣). بناء على هذه المعلومات يمكن اشتقاق الصادات المطلوبة رقمياً لدى مؤسسة الأعمال.

يقدم المؤطر ٣-٤ مثالاً على هذه المقاربة من دائرة الإحصاء الماليزية، ويوضح كيف يمكن تجميع إجمالي قيمة المبيعات عبر التجارة الإلكترونية إمّا كقيمة نقدية مباشرة أو كنسبة مئوية من إجمالي إيرادات مبيعات الشركة. كما يوضح كيف يُطلب من المجهين تقديم تقسيم للمبيعات عبر التجارة الإلكترونية بحسب الزبائن المحليين أو الخارجيين، بحيث يكون حاصل مجموع التقسيمات ١٠٠ في المائة. توضّح النتائج الواردة في الشكل ٣-٢ أنّ القيمة الإجمالية لمبيعات مؤسسات الأعمال عبر التجارة الإلكترونية تزداد بسرعة مع مرور الزمن، كما تزداد حصّة المبيعات إلى الزبائن الخارجيين.

ما تجدر الإشارة إليه أيضاً، في هذا المثال، هو الإرشاد المقدم إلى مؤسسات مجية - كمنصات التوسّط الرقمية (DIPs) - تتلقّى الطلبات عبر الإنترنت نيابة عن كيانات أخرى. هنا يُطلب من هذه المؤسسات، لا غير، إدخال الرسوم المستوفاة على المعاملة. وهذا يخفف من مخاطر العدّ المزدوج، مثلاً عندما يتمّ الإبلاغ عن بيع خدمات مبيت من جانب البائع (مثلاً، الفندق) كما من جانب المنصة (مثلاً، منصّة حجز الفنادق) ضمن قيمة معاملاتها. يوصى بإدراج إرشادات مخصوصة كهذه في الاستبيانات، بغية مساعدة المجهين في بعض أنواع من الأعمال لا يكون فيها مفهوم الطلبية الرقمية بديهياً لا في التفسير ولا في التطبيق. بالإضافة إلى منصات التوسّط الرقمية،

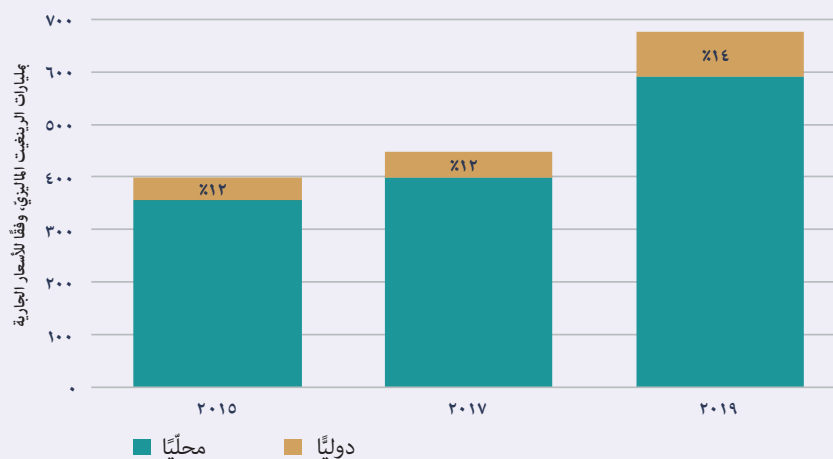
المؤطر ٣-٤: قياس مبيعات التجارة الإلكترونية الدولية في ماليزيا

أدرجت الأسئلة الآتية حول إيرادات مبيعات التجارة الإلكترونية، بما في ذلك تجزئة هذه المبيعات إلى فئتين، المحلية منها والدولية، في مسح ماليزيا لعام ٢٠٢٠ حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية بحسب المنشأة.

4.2	Jumlah pendapatan (Merujuk kepada jumlah hasil kendalian / perolehan / jualan dan hasil lain) Total income (Refers to operating revenue / turnover / sales and other revenue)	RM	080089
6.5	Sila nyatakan jumlah pendapatan yang diterima daripada jualan barangan atau perkhidmatan menggunakan e-dagang Please indicate the total income that receive orders from sales of goods or services via e-commerce	RM	3100
	Jika tuan tidak dapat membekalkan nilai, If you can't provide the value,		
	Sila nyatakan anggaran peratusan jumlah pendapatan yang diterima daripada jualan barangan atau perkhidmatan menggunakan e-dagang Please indicate an estimate of the percentage of total income that receive orders from sales of goods or services via e-commerce	45	(%)
Nota / Notes: Bagi pesanan internet yang diterima bagi pihak organisasi lain, sila lapor hanya yuran atau komisen yang diterima For internet orders received on behalf of other organisations, include only fees or commissions earned			
6.8	Sila nyatakan peratusan pendapatan e-dagang mengikut jenis pasaran Please indicate the percentage of e-commerce income by types of market		
(a)	Tempatan Domestic	54	(%)
(b)	Antarabangsa International	55	(%)
JUMLAH TOTAL		100	(%)
Nota / Notes: Jika peratusan pendapatan antarabangsa e-dagang diisi, sila ke Soalan 6.9 If the percentage of e-commerce international income is filled, please go to Question 6.9			

المصدر: دائرة الإحصاء الماليزية، المسح لعام ٢٠٢٠ حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية بحسب المنشأة، https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/2_Censuses%26Surveys/Services/ICTeC/2020/Borang-ICTeC-2020.pdf

الشكل ٣-٢: مبيعات التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال بحسب موقع الزبون، ماليزيا



المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO. استناداً إلى دائرة الإحصاء الماليزية (٢٠١٩؛ ٢٠٢٢)

قد تستفيد الشركات التي تقدّم الخدمات المالية وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية، وكذلك الشركات التابعة، من إرشادات مخصوصة كهذه (راجع المؤطّر ٣-٣). لمزيد من المعلومات حول قياس وتسجيل المعاملات التي تتناول منصات توسط رقمية، راجع الفصل ٥.

تطلب بلدانٌ عدّة مزيداً من التفاصيل الجغرافية حول مبيعات التجارة الإلكترونية خارج البلاد. على سبيل المثال، في

مسوح الاتحاد الأوروبي طُلب من الشركات المجيبة أن تميّز بين مبيعات التجارة الإلكترونية لزبائن من البلد المضيف وبين المبيعات لزبائن من الدول الأعضاء الأخرى في الاتحاد الأوروبي ومن بقية العالم (راجع المؤطّر ٣-٥). وقد ضُمّن هذا التقسيم بشكل إلزامي للمرة الأولى عام ٢٠٢١، بعد أن كان اختياريًا خلال عامي ٢٠١٩ و ٢٠١٧. الأهمّ من ذلك أنّ مسوح الاتحاد الأوروبي لا تُجمّع القيمة الإجمالية لمبيعات التجارة الإلكترونية، بل

المؤطّر ٣-٥: قياس التجارة الإلكترونية الدولية لدى مؤسسات الأعمال في الاتحاد الأوروبي

أدرجت الأسئلة الآتية في مسح الجماعة الأوروبية لعام ٢٠٢١ حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية (Eurostat، ٢٠٢١b). تتفّذ الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي والدول الشريكة هذا المسح المنسق. تضمّن مسح العام ٢٠٢٢ نفس الأسئلة، ولكن كمتغيّرات اختيارية. لا يتضمّن المسح المنسق سوى تقسيم فئة المبيعات عبر موقع الويب أو التطبيقات («مبيعات الويب») إلى مبيعات محلية وأخرى دولية؛ كنتيجة لذلك، لا يتوفّر هذا التقسيم على نطاق واسع بالنسبة إلى «المبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات». هذا أمر لافت، لأنّ نحو ٦٥ في المائة من رقم أعمال التجارة الإلكترونية الذي تحقّقه الشركات في دول الاتحاد الأوروبي ٢٧ يأتي من مبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات. ١٢ رغم ذلك، تجدر الإشارة إلى أنّ البلدان المشاركة لها الحريّة في تجميع تفاصيل إضافية غير تلك المنصوص عليها في المسح المنسق. لقد نجحت إسبانيا، مثلاً، في تجميع ونشر هذا التقسيم للمبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات منذ العام ٢٠١٥.

السؤال B2. ما هي قيمة مبيعاتك عبر الويب؟

(مبيعات عبر الويب: يؤدّي الزبون الطلبية على موقع ويب أو عبر تطبيق)

أ) ماذا كانت قيمة مبيعاتك للسلع والخدمات عبر الويب خلال العام ٢٠٢٠؟ _____ (بالعملة الوطنية، باستثناء ضريبة القيمة المضافة) أو

ب) ما هي النسبة المئوية من إجمالي رقم الأعمال المتولّدة من مبيعات السلع والخدمات عبر الويب خلال العام ٢٠٢٠؟ _____ %

إن لم تتمكن من إعطاء النسبة المئوية الدقيقة، يكفي تقديرها.

السؤال B8. ما هو تقسيم النسبة المئوية لقيمة مبيعات الويب عام 2020 بحسب الزبائن الموجودين في المناطق الجغرافية الآتية؟

(يرجى الرجوع إلى قيمة مبيعات الويب كما أبلغت عنها في B2)

إن لم تتمكن من إعطاء النسبة المئوية الدقيقة، يكفي تقديرها.

- | | | |
|----|--------------------------------|---------|
| أ) | بلدك | _____ % |
| ب) | بلدان الاتحاد الأوروبي الأخرى؟ | _____ % |
| ت) | بقية العالم | _____ % |
| | المجموع | _____ % |

المصدر: Eurostat، (٢٠٢١a).

المؤطر ٣-٦: قياس مبيعات التجارة الإلكترونية الدولية في كندا بحسب الشريك التجاري

أدرجت هيئة الإحصاء الكندية (Statistics Canada)، في مسح العام ٢٠٢١ للتكنولوجيا الرقمية واستخدام الإنترنت، الأسئلة الآتية التي تقيس مبيعات التجارة الإلكترونية الدولية بحسب الشريك التجاري.^{١٣}

السؤال ٢١. ما هو مجموع المبيعات الإجمالية المجرأة عبر الإنترنت لهذه الشركة خلال العام ٢٠٢١؟ (إن لم تتمكن من إعطاء أرقام دقيقة أو لم تنته السنة بعد، يرجى إعطاء أفضل تقدير لك بالدولار الكندي.)

مدوّراً نحو أقرب رقم صحيح من الدولارات الكندية _____

أو

لا أعرف

السؤال ٢٢. في العام ٢٠٢١، ما هي النسبة المئوية للمبيعات المجرأة عبر الإنترنت بالنسبة إلى قيمة إجمالي مبيعات هذه الشركة؟

_____ %

أو

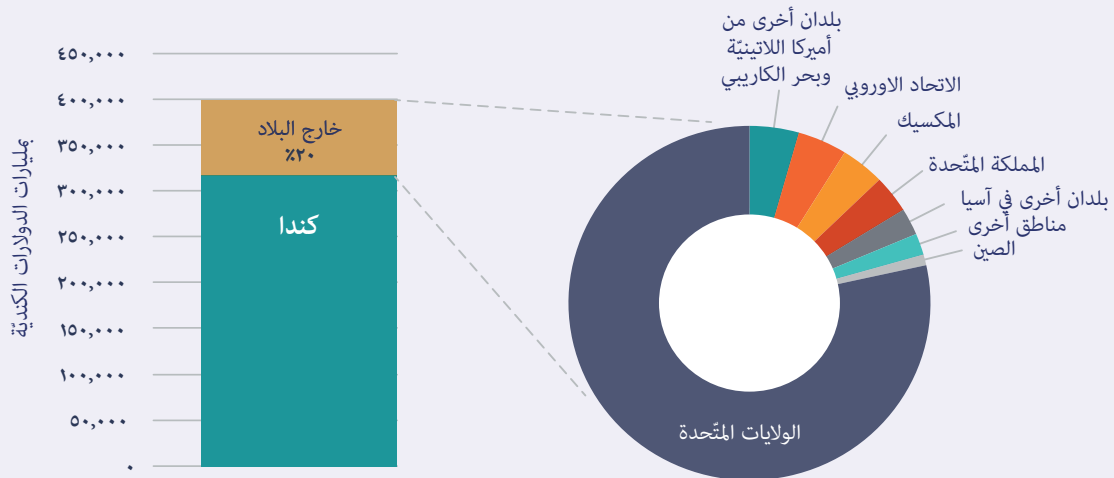
لا أعرف

السؤال ٢٦. ما هي النسبة المئوية لكل من المناطق الآتية بالنسبة إلى قيمة إجمالي مبيعات هذه الشركة المجرأة عبر الإنترنت عام ٢٠٢١؟

أ) كندا	_____ %
ب) الولايات المتحدة	_____ %
ت) المكسيك	_____ %
ث) بلدان أخرى من أمريكا اللاتينية وبحر الكاريبي	_____ %
ج) الصين	_____ %
ح) بلدان أخرى في آسيا	_____ %
خ) الاتحاد الأوروبي	_____ %
د) المملكة المتحدة	_____ %
ذ) مناطق أخرى	_____ %
المجموع	_____ % ١٠٠

المصدر: Statistics Canada (٢٠٢١)

الشكل ٣-٣: مبيعات التجارة الإلكترونية لدى مؤسسات الأعمال بحسب موقع الزبون، كندا، ٢٠٢١



المصدر: Statistics Canada (٢٠٢١)

إجماليين منفصلين (فرعيين) لـ «مبيعات الويب» (المبيعات عبر مواقع الويب والتطبيقات، بما في ذلك منصات التوسط الرقمية) و«المبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات»^{١٠}. لم يُطلب تطبيق التقسيم العابر للحدود إلا لمبيعات الويب، وهذه شكّلت، خلال عام ٢٠٢٠، ٧ في المائة من حجم التداول الناجم عن جميع الشركات التي تضم ١٠ أشخاص وما فوق ضمن الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي. بالمقارنة، شكّلت المبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) نحو ضعف هذه الحصة - ١٣ في المائة من معدل رقم الأعمال. ولم تُصدّر نتائج تقسيم رقم أعمال مبيعات الويب كجزء من قاعدة بيانات Eurostat حول قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية لعام ٢٠٢١.^{١١}

انتقلت بلدان عدّة نحو نموذج لقياس تدفقات التجارة المطلوبة رقمياً والثنائية الجانب (bilateral). يقدم المؤطر ٣-٦ مثالاً على المسح الكندي للتكنولوجيا الرقمية واستخدام الإنترنت، وهو يجمع معلومات عن حصص عائدات مبيعات التجارة الإلكترونية القادمة من مناطق جغرافية مختلفة، وفي بعض الحالات، من بلدان محدّدة. تظهر النتائج المنشورة لعام ٢٠٢١ أنّ ٢٠ في المائة من مبيعات مؤسسات الأعمال في كندا عبر التجارة الإلكترونية كانت لزبائن خارج البلاد، مع أكثر من ثلاثة أرباع هذه الطلبات (بحسب القيمة) لزبائن موجودين في الولايات المتحدة (راجع الشكل ٣-٣).

اعتمد مسح الاقتصاد الرقمي لعام ٢٠٢١، الصادر عن مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS)، مقارنة مشابهة إلى حد ما، إذ طلب من المحيين تقسيم معدل رقم أعمال التجارة الإلكترونية بحسب المناطق الجغرافية (المؤطر ٣-٧). غير أنّ هذا التفصيل وغيره من التفاصيل الأخرى مدسوس ضمن سؤال شامل حول معدل رقم أعمال الشركة من المبيعات إلى زبائن خارج المملكة المتحدة. هذه المقارنة من أعلى إلى أسفل لها فائدتان محتملتان. أولاً، يستطيع المحيون أن يقيّموا رقم أعمالهم من التجارة الإلكترونية إلى رقم أعمال ناتج من الخارج مقابل مثيله الناتج من زبائن محليين، حتّى لو لم يتمكنوا من تقديم مزيد من التفاصيل. ثانياً، تتيح هذه المقارنة إمكانية تقسيم حجم الأعمال الناتج من مبيعات تجارة إلكترونية لزبائن خارج البلاد بطرق إضافية مختلفة.

من الأهمية بمكان، عند قياس التجارة الرقمية، تقسيمها إلى مبيعات سلع، وخدمات غير مسلّمة رقمياً، وخدمات مسلّمة رقمياً، بحيث يُتاح تقدير التداخل بين التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلّمة رقمياً (مثلاً، الخدمات المسلّمة رقمياً التي طلبت عبر التجارة الإلكترونية)، وهو ما يظهر في البند ٤ من نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الجدول ٢-١ في الفصل ٢). وهذا أمر بالغ الأهمية لتجنّب العدّ المزدوج عند مراكمة قياس

لإجمالي التجارة الرقمية. يتناول القسم ٣-٦ تقدير هذا التداخل بمزيد من التفصيل.

كذلك جمع مسح مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني تقسيماً منفصلاً يعزل رقم الأعمال عبر «مواقع التسوّق المتّصلة بالإنترنت» (أي منصات التوسط الرقمية) المتّصل بقياس البندين 2.1.a (تجارة السلع المطلوبة رقمياً عبر منصات التوسط الرقمي) و2.2.a (تجارة الخدمات المطلوبة رقمياً عبر منصات التوسط الرقمي) في نموذج الإبلاغ (راجع الجدول ٢-١ في الفصل ٢). يوضح مثال ONS أيضاً كيف يمكن استخدام استطلاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال لتجميع معلومات حول مكوّن رئيسي للواردات المطلوبة رقمياً - وهو، تحديداً، قيمة السلع والخدمات التي طلبتها الشركات المحليّة، عبر التجارة الإلكترونية، من مورّدين في الخارج.

يُقدّم المعهد الوطني الإسباني للإحصاء (INE) مثال آخر على ذلك (راجع المؤطر ٣-٨). تظهر النتائج المنشورة أنّ إجمالي مشتريات مؤسسات الأعمال في إسبانيا عبر التجارة الإلكترونية بلغ ٢٢٢ مليار يورو خلال عام ٢٠٢٠ (للمقارنة، بلغ إجمالي مبيعات مؤسسات الأعمال في إسبانيا عبر التجارة الإلكترونية ٢٧٥ مليار يورو خلال العام نفسه). بلغ الإنفاق عبر التجارة الإلكترونية ٢٣ في المائة من مشتريات جميع مؤسسات الأعمال، و ٤٥ في المائة من مشتريات مؤسسات الأعمال التي استخدمت التجارة الإلكترونية لشراء السلع والخدمات. نحو ربع هذه المشتريات لمؤسسات الأعمال في إسبانيا عبر التجارة الإلكترونية، ٥٣ مليار يورو خلال عام ٢٠٢٠، كان من بائعين/مورّدين خارج البلاد، ومعظمهم من دول أعضاء أخرى في الاتحاد الأوروبي (راجع الشكل ٣-٤).

توضح الأمثلة الواردة أعلاه أنّه يمكن استخدام مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال لتجميع بيانات موسّعة عن صادرات الشركات ووارداتها المطلوبة رقمياً - الأمر الذي يوفّر أساساً لاستكمال العديد من بنود نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية. لكنّ كلّ سؤال إضافي سيزيد العبء على المحيين، وقد يسهم في خفض المعدّلات الإجمالية للإجابة. كما هي الحال دوماً، سيحتاج القيمون على تجميع البيانات الإحصائية إلى الموازنة بين الحاجة إلى الحصول على معلومات مفصّلة، والحاجة المنافسة إلى تدبّر العبء على المحيين ومعدّلات الإجابة. في هذا الصدد يُلاحظ أنّ نموذج الإبلاغ (راجع الجدول ٢-١ في الفصل ٢) يتمتّع بالمرونة، إذ يسمح للبلدان بالإبلاغ عن بنود مفتاحية، كمثال إجمالي التجارة المطلوبة رقمياً والمكوّن الفرعيّ المتعلّق بالخدمات المطلوبة رقمياً، من دون فرض الحاجة إلى تجميع جميع البنود المتّصلة بتقسيم واحد.

المؤطر ٣-٧: قياس مبيعات ومشتريات التجارة الإلكترونية الدولية لدى المملكة المتحدة

يُثبت المقتطف الآتي من مسح الاقتصاد الرقمي لعام ٢٠٢١، الصادر عن مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني، إمكانية تجميع كم واسع من التفاصيل حول كل من مبيعات الشركات (الصادرات) ومشترياتها (الواردات) عبر التجارة الإلكترونية الدولية. تشمل هذه التفاصيل الشركاء التجاريين المعنيين، وقنوات البيع المستخدمة - بما في ذلك منصات التوسط الرقمية، وأنواع المنتجات المباعة والمشتراة.

خلال ٢٠٢١ ما هو معدل رقم أعمالك من مبيعات التجارة الإلكترونية للزبائن المقيمين خارج المملكة المتحدة؟

£ _____ (جنيه استرليني)

كم اجتنت مؤسستك كحصة من رقم الأعمال عبر مبيعات تجارة إلكترونية لزبائن خارج المملكة المتحدة موجودين في المناطق الآتية؟

- (أ) بلدان الاتحاد الأوروبي £ _____
- (ب) بلدان أوروبية أخرى (باستثناء تلك المكونة للمملكة المتحدة) £ _____
- (ت) أفريقيا £ _____
- (ث) أستراليا وآسيا وأوقيانيا £ _____
- (ج) آسيا £ _____
- (ح) الأمريكتان والبحر الكاريبي £ _____

كم اجتنت مؤسستك كحصة من رقم الأعمال عبر مبيعات تجارة إلكترونية لزبائن خارج المملكة المتحدة بحسب منصة البيع؟

- (أ) رقم الأعمال من مبيعات تجارة إلكترونية عبر موقع ويب أو تطبيق خاص بمؤسستك £ _____
- (ب) رقم الأعمال من مبيعات تجارة إلكترونية عبر وسيلة تواصل اجتماعي خاصة بمؤسستك £ _____
- (ت) رقم الأعمال من مبيعات تجارة إلكترونية عبر موقع تسوق متصل بالإنترنت £ _____
- (ث) رقم الأعمال من مبيعات تجارة إلكترونية عبر التبادل الإلكتروني للبيانات £ _____
- (ج) رقم الأعمال من مبيعات تجارة إلكترونية عبر منصات أخرى £ _____

كم اجتنت مؤسستك كحصة من رقم الأعمال عبر مبيعات تجارة إلكترونية لزبائن خارج المملكة المتحدة من خلال الآتي؟

- (أ) رقم الأعمال من مبيعات السلع عبر التجارة الإلكترونية £ _____
- (ب) رقم الأعمال من مبيعات الخدمات المسلمة رقمياً عبر التجارة الإلكترونية £ _____
- (ت) رقم الأعمال من مبيعات الخدمات غير المسلمة رقمياً عبر التجارة الإلكترونية £ _____

خلال عام ٢٠٢١ كم أنفقت مؤسستك على مشتريات التجارة الإلكترونية من موردين موجودين خارج المملكة المتحدة؟

£ _____

كم أنفقت مؤسستك على مشتريات التجارة الإلكترونية من موردين موجودين في المناطق الآتية؟

- (أ) بلدان الاتحاد الأوروبي £ _____
- (ب) بلدان أوروبية أخرى (باستثناء تلك المكونة للمملكة المتحدة) £ _____
- (ت) أفريقيا £ _____
- (ث) أستراليا وآسيا وأوقيانيا £ _____
- (ج) آسيا £ _____
- (ح) الأمريكتان والبحر الكاريبي £ _____

كم أنفقت مؤسستك على مشتريات التجارة الإلكترونية من موردين خارج المملكة المتحدة من خلال الآتي؟

- (أ) مقدار الإنفاق على مشتريات السلع عبر التجارة الإلكترونية £ ____
- (ب) مقدار الإنفاق على مشتريات الخدمات المسلمة رقمياً عبر التجارة الإلكترونية £ ____
- (ت) مقدار الإنفاق على مشتريات الخدمات غير المسلمة رقمياً عبر التجارة الإلكترونية £ ____

كم أنفقت مؤسستك على مشتريات التجارة الإلكترونية من موردين خارج المملكة المتحدة بحسب منصّة البيع؟

- (أ) مقدار الإنفاق على مشتريات التجارة الإلكترونية عبر موقع ويب أو تطبيق خاص بمؤسسة الأعمال £ ____
- (ب) مقدار الإنفاق على مشتريات التجارة الإلكترونية عبر منصات أخرى £ ____

المصدر: مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني.

المبيعات/الحاسبة) عند الردّ على الأسئلة المتعلقة بالمبيعات عبر طلبات رقميّة.

المسوح الركنيّة على مؤسسات الأعمال

كبدل لمسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تقيس بعض البلدان القيمة الإجمالية لمبيعات التجارة الإلكترونية عبر أسئلة مدرجة في مسوح «ركنيّة» ماكرو-اقتصادية على مؤسسات الأعمال. على سبيل المثال، استُخدِم «المسح السنوي للأعمال والصناعة في الفيليبين» لقياس «المبيعات من معاملات التجارة الإلكترونية»، مُقسّمة بحسب أقسام الصناعة في تصنيف ISIC Rev.4 (Philippine Statistics Authority، ٢٠٢٠). في سنغافورة استُخدِم «المسح السنوي لصناعة الخدمات» من أجل قياس «إيرادات التجارة الإلكترونية في قطاع الخدمات»، مع تقسيم بحسب الصناعة ونوع الزبون (شركة أو مستهلك) (Statistics Singapore (SingStat)، ٢٠٢١). في الولايات المتحدة يقيس مكتب التعداد مبيعات التجارة الإلكترونية من خلال مسوح سنوية منفصلة تتناول شركات التصنيع والخدمات وتجارة المفزق والجملة. تقدّم كلّ هذه الوسائل، مجتمعة، قيمة إجمالية، شاملة إلى حدّ ما، لمبيعات التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال (United States Census Bureau، ٢٠٢١).

على الرغم من أنّ أيّاً من هذه المسوح لا يقيس معاملات التجارة الإلكترونية الدولية، يمكن تدميج المعلومات حول القيمة الإجمالية للتجارة الإلكترونية في الشركات مع المعلومات المجمّعة حول وارداتها وصادراتها من أجل استنباط تقديرات أوليّة حول التجارة المطلوبة رقمياً. يمكن، من حيث المبدأ، بناء مثل هذه التجميعات من أعلى إلى أسفل، بطريقة ماثلة لتلك الموضحة أعلاه في مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال. عند القيام بذلك، يمكن أن تصبح مسوح النشاط التجاري الروتينية آليّة مناسبة لقياس التجارة المطلوبة

يُلاحظ، وهذا مهمّ، أنّ مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال يمكن أن تختلف اختلافاً كبيراً في مدى تغطيتها للصناعات والشركات الصغيرة. من المعهود، لدى الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، أن تستبعد مسوحها كلّ شركة توظّف أقلّ من ١٠ أشخاص، فيما مسوح العديد من البلدان الأخرى تشمل مثل هذه الشركات الصغيرة. بالإضافة إلى ذلك، من الشائع أن تُحذف هذه المسوح «الزراعة والحراجة وصيد الأسماك» (ISIC Rev.4، القسم A)، و «التعدين واستغلال المقالع» (B)، و «الإدارة العامة والأمن» (O). وبموجب نموذج الاتحاد الأوروبي، فإنّ الأقسام «الأنشطة المالية والتأمينيّة» (K)؛ و «التعليم» (P)؛ و «أنشطة الصّحة البشريّة والعمل الاجتماعي» (Q)؛ و «الفنون والترفيه والاستجمام» (R)؛ ومعظم «أنشطة الخدمات الأخرى» (S) غير مشمولة أيضاً.

يؤثّر هذا الأمر على شموليّة الأرقام المستخرجة حول التجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال والتجارة المطلوبة رقمياً، ومن ثمّ على قابليتها للمقارنة عبر الاقتصادات (UNCTAD، ٢٠٢٣). لذا يوصى المراكز الإحصائيون بأن يتأكّدوا من أنّ مدى تغطية مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، والأساليب والتقديرات المطبّقة على الإجابات المجمّعة، كافية لاشتقاق تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً تكون حسنة التمثيل لجميع الشركات. من الأهميّة بمكان، في مطلق الأحوال، أن يُبلغ المستخدمون بأيّ استثناءات ومحدوديات تتعلق بحسن التمثيل، وأن تُوثّق هذه الأخيرة في البيانات الوصفية.

تجدر الإشارة أيضاً إلى أنّ مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال غالباً ما يتمّ توجيهها نحو أقسام تكنولوجيا المعلومات في الشركات. لذا يوصى بأن يُشار إلى الجيب، بوضوح، أنّه قد يحتاج إلى الاعتماد على مدخّلات من زملائه في الأقسام الأخرى ذات الصلة (مثلاً،

الموْطَر ٣-٨: قياس مشتريات مؤسّسات الأعمال في إسبانيا من الخارج عبر التجارة الإلكترونية

توضح الأسئلة الآتية من مسح الـ Instituto Nacional de Estadística حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية في الشركات لعام ٢٠٢٠ كيف يمكن استخدام مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لقياس الأموال التي تنفقها الشركات على المشتريات المجرّاة عبر التجارة الإلكترونية، ولتمييز المشتريات المحليّة من المشتريات الدوليّة (الواردات المطلوبة رقمياً).

قيمة إجماليّ مشتريات السلع والخدمات الأجنبية التي قامت بها الشركة عام ٢٠٢٠ يمثل صافي مشتريات السلع والخدمات قيمة جميع السلع و/أو الخدمات المشتراة خلال السنة المرجعيّة، إمّا لإعادة البيع أو للاستهلاك، أي خلال عملية الإنتاج أم في سياق الأعمال المعتاد. يجب تقييم هذه المشتريات من خلال سعر الشراء بالقيمة الصافية.

إجماليّ قيمة مشتريات السلع والخدمات الأجنبية (باستثناء ضريبة القيمة المضافة) € _____

المشتريات عبر التجارة الإلكترونية عام ٢٠٢٠

مشتريات التجارة الإلكترونية من خلال الويب أو تطبيقات نقالة: هي عمليات شراء تتمّ عبر متجر متّصل بالإنترنت أو من خلال استمارات موجودة على موقع الويب الخاصّ بالشركة، أو عبر شبكة خارجية، أو عبر تطبيقات نقالة. مشتريات التجارة الإلكترونية عبر التبادل الإلكتروني للبيانات: هي عمليات شراء تتمّ من خلال رسائل من نوع «التبادل الإلكتروني للبيانات»، على أن يفهم من هذا المصطلح شاكل معياريّ مناسب لمعالجة مآتمنة (مثلاً، EDI) (مثلاً، XML، (EDIFACT)، (UBL).

تستبعد الطلبات المؤدّاة عبر رسائل قصيرة أو رسائل بريد إلكتروني منصّدة يدوياً.

تشمل مشتريات السلع أو الخدمات قيمة السلع والخدمات المشتراة خلال الفترة المحاسبية لإعادة البيع أو الاستهلاك ضمن عملية الإنتاج، باستثناء استهلاك السلع الرأسمالية التي يتمّ تسجيلها كاستهلاك لرأس المال الثابت.

بيّن، كنسبة مئوية تقديرية لإجماليّ قيمة المشتريات المجرّاة، قيمة المشتريات المؤدّاة عبر طلبات/حجوزات لسلع أو خدمات من خلال صفحات الويب أو التطبيقات النقالة في العام ٢٠٢٠ (باستثناء ضريبة القيمة المضافة) % _____

قسّم قيمة المشتريات المؤدّاة عبر صفحات الويب أو التطبيقات النقالة في العام ٢٠٢٠ بحسب المنطقة الجغرافية (باستثناء ضريبة القيمة المضافة)

إسبانيا	(أ)	% _____
بلدان أخرى من الاتحاد الأوروبي	(ب)	% _____
بقية العالم	(ت)	% _____
المجموع		% ١٠٠

بيّن، كنسبة مئوية تقديرية لإجماليّ قيمة المشتريات المجرّاة، قيمة المشتريات المؤدّاة عبر طلبات/حجوزات لسلع أو خدمات من خلال رسائل من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات في العام ٢٠٢٠ (باستثناء ضريبة القيمة المضافة) % _____

قسّم قيمة المشتريات المؤدّاة عبر رسائل من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات في العام ٢٠٢٠ بحسب المنطقة الجغرافية (باستثناء ضريبة القيمة المضافة)

إسبانيا	(أ)	% _____
بلدان أخرى من الاتحاد الأوروبي	(ب)	% _____
بقية العالم	(ت)	% _____
المجموع		% ١٠٠

المصدر: Instituto Nacional de Estadística (٢٠٢٠)

الشكل ٣-٤: مشتريات مؤسسات الأعمال في إسبانيا من الخارج عبر التجارة الإلكترونية



المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO، استناداً إلى Instituto Nacional de Estadística (٢٠٢٢)

إضافية ذات صلة في بعض المسوح الرقمية على مؤسسات الأعمال المستخدمة لاشتقاق إحصاءات بنوية حول مؤسسات الأعمال و/أو مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات. يمكن أن تكون أسئلة الاستبيان العينية، والخبرات المقدمة ضمن مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، بمثابة نقطة انطلاق لتطوير أسئلة تُستخدم في المسوح الأخرى على مؤسسات الأعمال.

المسوح على الشركات المتعددة الجنسيات

تقدّم المسوح على الشركات المتعددة الجنسيات (MNEs) إمكانية أخرى لتجميع بيانات حول كل من الطلب الرقمي والتسليم الرقمي (راجع الفصل ٤) ومنصات التوسط الرقمية (راجع الفصل ٥).

صحيح أنّ الشركات المتعددة الجنسيات تشكّل زمرة جزئية من مؤسسات الأعمال، بحيث إنّ هذه المسوح لن تغطي جميع معاملات التجارة الرقمية، إلا أنها يمكن أن تمثل حصّة كبيرة من تجارة السلع والخدمات. ففي الولايات المتحدة، كانت الشركات المتعددة الجنسيات تستحوذ على أكثر من ٩٠ في المائة من تجارة الخدمات وأغلبية تجارة السلع (Bruner و Grimm، ٢٠١٩). لذا تبقى للأسئلة المطروحة بمناسبة إجراء مسوح على الشركات المتعددة الجنسيات قدرة على قياس جزء كبير من التجارة الرقمية.

يمكن إدراج الشركات المتعددة الجنسيات في المسوح العامة حول ميزان المدفوعات (مثلاً، مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات)، أو يمكن مسحها بشكل منفصل من أجل الإحصاءات المنشودة حول الحسابات الدولية الرسمية. الوحدات في مكاتب الإحصاء الوطنية، أو البنوك المركزية، المسؤولة عن التعامل مع المؤسسات المتعددة الجنسيات، والمعروفة باسم وحدات الحالات الضخمة (LCUs)، هي أمر شائع. هدف هذه الوحدات هو التأكد من اتّضح ماهية المؤسسات المتعددة الجنسيات في أذهان المراقمين الإحصائيين، ومن تمثيلها بشكل صحيح في الإحصاءات

رقمية. يمكن لهذه المقاربة أن تقدّم بعض الفوائد مقارنة بمسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك مدى تغطية أوسع للصناعات وأحجام الشركات، وأدجّة أوثق للقياسات الناتجة ضمن الكدّاسات (aggregates) الاقتصادية الرئيسية، مثل إجمالي القيمة المضافة لقطاع الأعمال والناتج المحلي الإجمالي.

يمكن أيضاً استخدام المسوح السائدة حول الشركات، وبما تجمّع معلومات ترويسية حول المبيعات والمشتريات المطلوبة رقمياً، جنباً إلى جنب مع مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأكثر تفصيلاً (بشرط الانطلاق من فرضيات مناسبة وتوحي الانتباه). ستجمع هذه المقاربة بين فوائد مدى التغطية العريض للمسوح السائدة على مستوى مجتمع الدراسة (population)، وبين التقسيمات الأكثر تفصيلاً والممكنة التجميع في مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ثمّة إمكانية أخرى تتمثّل في إضافة أسئلة حول الطلب الرقمي إلى مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات. صحيح أنّ هذه المسوح لا تغطي السلع المطلوبة رقمياً، لكنّ هذه المقاربة قد تغدو مفيدة لتجميع معلومات إضافية حول الطلب الرقمي تُأدّج مباشرة ضمن المصادر الرئيسية للبيانات المختصة بمعاملات المتاجرة بالخدمات، ويمكنها أن توفّر بعض الاستشرافات لاستشفاف التداخل بين الطلب الرقمي والتسليم الرقمي. وفضلاً عن ذلك، ففي البلدان التي يكون فيها تجميع البيانات الاقتصادية متشظّياً في استبيانات متعددة ومخصصة القطاعات، وربما في وكالات إحصائية متعددة، قد يكون من الأسهل على مرامي الإحصاءات حول التجارة الدولية إضافة أسئلة إلى المسح (المسوح المناسب (ة) حول التجارة).

بما أنّ التركيز هو على تطوير فهم أفضل للاقتصاد الرقمي بشكل عام، وللتجارة الرقمية بشكل خاص، ينبغي على المراقمين الإحصائيين تقصّي ما إذا كان يمكن تأصيل أسئلة

المؤطر ٣-٩: قياس التجارة المطلوبة رقمياً التي تؤدّيها الشركات المتعدّدة الجنسيات في الولايات المتحدة

قام مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) بتجميع حصص المبيعات المطلوبة رقمياً أو المسلمة رقمياً عبر استخدام مسوح خاصّة به لأنشطة الشركات المتعدّدة الجنسيات.

قُدّمت الأسئلة للمرّة الأولى في «مسح BEA للعام ٢٠١٩ المُمقّيس (benchmark survey) لاستثمارات الولايات المتحدة المباشرة خارج البلاد» لكل من الشركات الأمّ الأميركية والشركات الأجنبية التابعة لها. جمّعت الأسئلة حصص كلّ من:

(١) مبيعات الخدمات المسلمة رقمياً؛

(٢) مبيعات الخدمات المطلوبة رقمياً؛

(٣) مبيعات السلع المطلوبة رقمياً.

أُدرجت أسئلة مماثلة حول الاقتصاد الرقمي في «مسح BEA للعام ٢٠٢٢ المُمقّيس للاستثمارات الأجنبية المباشرة في الولايات المتحدة».

كما هو معهود بالنسبة إلى الأسئلة المبحثية الخاصّة، تُدرج هذه الأخيرة فقط في نسخة الاستمارة التي يعيّنّها المبلّغون الأوسعون. طُلب من المجيبين الإبلاغ عن الحصص باستخدام مربّعات اختيار تشير إلى حيزات في النسبة المئوية، وتقديم تقديرات معقولة بناءً على حكم مستنير، وعلى تقنيّات معاينة أو تحصيل (prorations) (أي احتساب نسبي للحصص) بناءً على بيانات ذات صلة إن لم يُنح لهم القيام بقياسات مباشرة، وإظهار الرّكيزة التي بنوا عليها إجاباتهم. بما أنّ العديد من المشاركين في المسح ليسوا على دراية بمفهوم الطلب الرقمي والتسليم الرقمي، كان من الضروري إدراج تعريفات بسيطة وإعداد إرشادات مكّملة، ومتابعة العديد من المجيبين متابعة مباشرة، من أجل ضمان الحصول على إجابات دقيقة.

الجدول ٣-١: أسئلة BEA للشركات المتعدّدة الجنسيات حول الطلب الرقمي والتسليم الرقمي، ٢٠١٩

الطلب الرقمي يعني إجراء مبيع سلع أو خدمة عبر شبكات حاسوبية بطرق مصمّمة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها، أو التفاوض على شروط البيع أو السعر. يغطّي هذا المفهوم الطلبات المؤدّاة عبر تبادل إلكتروني للبيانات، أو الإنترنت، أو أجهزة نقالة، أو أي نظام آخر متّصل بالإنترنت. الخدمات المسلمة رقمياً هي التي تؤدّى عن بُعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - أي عبر شبكات الصوت أو البيانات، بما في ذلك الإنترنت، أو عبر شاكل قابل للتنزيل إلكترونياً.

المعلومات المقدّمة مستندة إلى (أشّر مرّة واحدة)		أشّر حيز النسبة المئوية المناسب (أشّر مرّة واحدة)						
استدكار/إلمام عامّ بالعمليات	سجلات محاسبية	١٠٠٪	٩٠-٩٩٪	٧٥-٨٩٪	٥٠-٧٤٪	٢٥-٤٩٪	١-٢٤٪	٠٪
...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...

المصدر: مسح BEA للعام ٢٠١٩ المُمقّيس لاستثمارات الولايات المتحدة المباشرة خارج البلاد
(<https://www.bea.gov/be-10-benchmark-survey-us-direct-investment-abroad>).

لدى الشركات الأمّ الأميركية المهيمنة، كانت الحصة الإجماليّة للخدمات المطلوبة رقمياً ٢٥ في المائة (قُدّر هذا الرقم بضرب نقطة الوسط في حيز النسبة المئوية بالمبيعات التي أبلغ عنها كل مجيب، قبل جمع جميع إسهامات المجيبين)، فيما كانت حصة السلع المطلوبة رقمياً ١٩ في المائة. هذه الحصص أعلى بالنسبة إلى الشركات التابعة الأجنبية - ما بين ٣٠ و ٣٥ في المائة. وقد تباينت الإجابات بشكل كبير بتباين الصناعات، فكان الطلب الرقمي الأكثر هيمنة في باب الخدمات لدى صناعات «خدمات المعلومات» و«الخدمات المهنيّة والعلميّة والتقنيّة»، وفي باب السلع لدى «الصناعات التحويليّة» و«صناعة التجارة بالمفرّق».

أبلغت ثلاث من كلّ أربع شركات أميركية أمّ، واثنان من كلّ ثلاث شركات تابعة، عن الإجابة بناءً على الاستدكار أو الإلمام العامّ بالعمليات بدلاً من السجلات المحاسبية. كما أنّ أكثر بقليل من نصف الشركات الأميركية الأمّ لم يجب عن هذه الأسئلة. يتابع BEA العديد من المجيبين متابعة مباشرة من أجل ضمان الحصول على إجابات دقيقة، ويتقاضى طرقاً تأخذ في الحسبان حالات عدم الإجابة وحالات الشركات المتعدّدة الجنسيات التي لم تُطرح عليها أسئلة الاقتصاد الرقمي.

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي.

الاقتصادية. من الممكن أيضًا أن تجتمع وحدات الحالات الضخمة معلومات إضافية عن الشركات المتعددة الجنسيات، كمثل الميزات العامة أو بيانات الدخل، والمبيعات (لكل من الزبائن المحليين والأجانب)، بما يسهم في قياس التجارة الرقمية.

في الغالب يجري أيضًا مسح على المؤسسات المتعددة الجنسيات حول موضوعات ذات أهمية خاصة، كالإقتصاد الرقمي مثلًا، فتُسأل عمّا إذا كانت تشارك في مبيعات عبر الإنترنت، ويُطلب منها الإبلاغ عن حصّة عائدات مبيعاتها الناجمة عن مبيعات رقمية، بالإضافة إلى حصّة مبيعاتها المسلمة رقميًا (راجع المؤطر ٣-٩). أمّا البيانات الناتجة فيمكن استخدامها، على حدة، من أجل إعطاء قياسات جزئية للتجارة الرقمية، أو تدمجها مع بيانات التجارة على مستوى الكداسات أو البيانات الجزئية لإنتاج إحصاءات تجارة رقمية أكثر شمولًا. من المزايا الإضافية لتجميع المعلومات حول بيانات التجارة الرقمية عبر المسوح على الشركات المتعددة الجنسيات أنّه يمكن تجميع معلومات حول المتاجرة بالسلع والمتاجرة بالخدمات في المسح نفسه.

المسوح الأسرية

سهلت التجارة الإلكترونية على الأسر العثور على منتجات خارج البلاد وشراؤها، فضلًا عن إتاحة الفرص أمامهم لبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت. وقد استُخدمت المسوح حول نفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها من أجل قياس نسب الأفراد الذين يشترون السلع والخدمات ويبيعونها عبر الإنترنت على مستوى الاقتصاد ككل (ITU، ٢٠٢٠).^{١٤} أما بالنسبة إلى المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال، فمن غير الشائع أن تجتمع عبرها معلومات عن قيمة معاملات التجارة الإلكترونية لدى الأفراد (بخلاف تأثيرها عليهم)، أو عن المعاملات عبر الحدود.

من حيث المبدأ، المعلومات المطلوبة من الأسر تعادل تلك المطلوبة من الشركات، على الرغم من أنّ كون الأسر، في الأساس، جهات مستهلكة لا منتجة أmaal الدقة نحو التركيز، بشكل أكبر، على قياس إنفاقات الأسر عبر التجارة الإلكترونية. من ضمن هذه الإنفاقات، كلّ المعاملات التي يكون فيها البائع مقيمًا في منطقة اقتصادية مختلفة تعدّ بمثابة واردات مطلوبة رقميًا.

استُخدمت أشكال مختلفة من الأسئلة المسحية لقياس إنفاق الأفراد أو الأسر عبر الإنترنت.

في مسح الجماعة الأوروبية لعام ٢٠٢١ حول استخدام الأسر والأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Eurostat، ٢٠٢١)، يُطلب من المحيين إقّا تقدير إجمالي مشترياتهم عبر مواقع الويب أو التطبيقات^{١٥} على مدار الأشهر الثلاثة قبل إجراء

المسح، أو الإشارة إليه كحيز إنفاق (راجع المؤطر ٣-١٠). قد تختلف البلدان في وضع هذا السؤال موضع التنفيذ من خلال عرض أيّ من خيارَي الإجابة هذين، أو كليهما.

تُظهر مجموعة البيانات الناتجة، كما جمعتها Eurostat ونشرتها، أنّ الأكثر شيوعًا هو أن ينفق المحيون ما بين ١٠٠ و ٢٩٩ يورو عبر مواقع الويب والتطبيقات على مدار الأشهر الثلاثة السابقة للمسح - على الرغم من أنّ هذا الرقم يختلف من بلد إلى آخر. بالإضافة إلى ذلك، أجرى ٢١ في المائة من الأفراد (المتروحة أعمارهم بين ١٦ و ٧٤ عامًا) عمليات شراء عبر الإنترنت من بائعين خارج بلد إقامتهم (الشكل ٣-٥). رغم ذلك، ونظرًا إلى أنّ السؤالين المتعلقين بموقع البائع وقيمة الإنفاق عبر الإنترنت منفصلان بعضًا عن بعض، لا يوفّر المسح قياسًا لخصّة الإنفاق عبر الإنترنت المنسوبة إلى عمليات شراء من الخارج.

اعتمد مسح استخدام الإنترنت الكندي لعام ٢٠٢٠ مقارنة مختلفة، إذ سأل المحيين عن قيمة المبالغ المحددة التي أنفقوها على مشترياتهم المختلفة للسلع والخدمات عبر الإنترنت (المؤطر ٣-١١). ميزة هذه المقارنة أنّها تتيح تبويب معاملات التجارة الإلكترونية وفقًا لما إذا كانت متّصلة بالسلع، أو بالخدمات المسلمة رقميًا، أو بغيرها من الخدمات (الشكل ٣-٦)، وهكذا يمكن تفادي العدّ المزدوج للمعاملات المطلوبة رقميًا كما المسلمة رقميًا عندما يُحتسب مجموع الواردات الرقمية. غير أنّ مسح ٢٠٢٠ لم يميّز، ضمن التجارة الإلكترونية، بين واحدة محلية وأخرى دولية.

في المقابل طرّحت نسخة ٢٠١٨ من المسح الكندي حول استخدام الإنترنت عدّة أسئلة ذات بُعد دولي. سُئل المحيون عمّا إذا كانت طلبيتهم عبر الإنترنت للسلع المادية قد «سُلمت» على يد تجّار من كندا، أو من الولايات المتحدة، أو من بلدان أخرى، أو «غير معروفين بلد المنشأ»، مع أنّ هذا التقسيم، كما في المسح الأوروبي، لم يطبّق على المبلغ المنفق على السلع. عند ترويض بعض الأسئلة التي تربط بين البعد المحلي/الدولي والبعد النقدي، تبين أنّ المحيين وجدوا صعوبة في عرفة المعاملات عبر الحدود. على سبيل المثال، يمكن أن يبلغ بعض المحيين الذين قدّموا طلبية عبر Amazon.ca أنّها طلبية من شركة محلية («Amazon Canada»)، خصوصًا عندما يُشحن المنتج المعنيّ من مستودع في كندا. لكنّ آخرين قد يُبلغون عنها كمعاملة دولية بسبب كون أمازون «شركة أميركية»، أو بسبب إدراكهم أنّ المنتجات المشتراة مصدرها أنحاء أخرى من العالم. لكنّ هذه الجهود توفّر خبرة قيمة وأساسًا يمكن البناء عليه لتطوير واختبار خيارات إضافية من أجل الاستحواذ على قيمة الواردات التي أدّت الأسر طلبياتها رقميًا.

في بعض الحالات استُخدمت المسوح المنزلية أيضًا لقياس

الموْطَر ٣-١١: قياس إنفاق الأفراد على التجارة الإلكترونية في كندا

تضمّن المسح الكندي لاستخدام الإنترنت ٢٠٢٠ (Statistics Canada, ٢٠٢٠a) أسئلة تجمّع معلومات مفصلة عن إنفاق الأفراد عبر الإنترنت على السلع والخدمات الرقمية والخدمات الأخرى. لكنّه لم يسعَ إلى التمييز بين مشتريات محلّية ومشتريات دولية. تتناول الأسئلة الآتية طلباتك عبر الإنترنت للسلع والخدمات الرقمية، وللسلع الماديّة، وللخدمات الأخرى، بما في ذلك ما أديت طلبته بذاتك، عبر الإنترنت، لنفسك ولأهلك ولأفراد آخرين. يجب أن تغطّي إجاباتك الاستخدام من أيّ مكان، وأن تستبعد الاستخدام المتصل بالعمل. لا تُدرج سوى الطلبات التي تعهدت فيها بالشراء عبر الإنترنت.

خلال الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو أفضل تقدير في نظرك للمبلغ الذي أنفقتَه على السلع الماديّة التي أديت طلبتها عبر الإنترنت؟ في حال عدم توفر أرقام دقيقة، يرجى تقديم أفضل تقدير ممكن بالدولار الكندي.

من بين الخيارات الآتية، أين يقع تقديرك لقيمة ما أنفقتَه على السلع الماديّة التي أديت طلبتها عبر الإنترنت خلال الـ ١٢ شهراً الماضية؟ (أشْر مرة واحدة)

- ١: أقل من \$ ٢٠٠ ☐
 ٢: من ٢٠٠ إلى أقل من \$ ٥٠٠ ☐
 ٣: من ٥٠٠ إلى أقل من \$ ١٠٠٠ ☐
 ٤: من ١٠٠٠ إلى أقل من \$ ٥٠٠٠ ☐
 ٥: \$ ٥٠٠٠ وما فوق ☐

خلال الاثني عشر شهراً الماضية، كم أنفقت على السلع أو الخدمات الرقمية الآتية؟

تزييلات الموسيقى أو اشتراكات الدفقيّة	\$ _____	ألعاب القمار عبر الإنترنت	\$ _____
الكتب الإلكترونية والكتب الصوتية أو كتب البودكاست	\$ _____	الألعاب عبر الإنترنت أو تطبيقات الألعاب أو تزييلات الألعاب أو عمليات الشراء من داخل اللعبة	\$ _____
ملفات الفيديو أو الصوت، باستثناء كتب البودكاست	\$ _____	خدمات تخزين البيانات عبر الإنترنت	\$ _____
الصحف أو المجلات المتصلة بالإنترنت	\$ _____	الدورات أو التعلّم عبر الإنترنت	\$ _____
بطاقات هدايا رقمية مشتراة عبر الإنترنت للاسترداد عبر الإنترنت	\$ _____	تطبيقات أو برمجيات أخرى أو اشتراكات عبر الإنترنت	\$ _____
	\$ _____	سلع أو خدمات رقمية أخرى طلبت عبر الإنترنت	\$ _____

[خلال الاثني عشر شهراً الماضية] ما هو أفضل تقدير في نظرك لإجماليّ المبلغ

الذي أنفقتَه شخصياً على خدمات المبيت [من نظير إلى نظير] [مثل Airbnb و Flipkey]؟ \$ _____

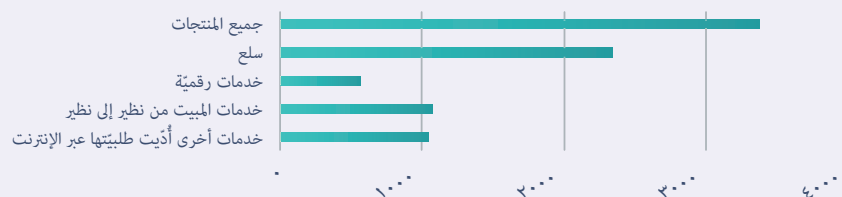
خلال الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو أفضل تقدير في نظرك للمبلغ الذي أنفقتَه على الخدمات الأخرى التي أديت طلبتها عبر الإنترنت؟

من بين الخيارات الآتية، أين يقع تقديرك لقيمة ما أنفقتَه على الخدمات الأخرى التي أديت طلبتها عبر الإنترنت خلال الـ ١٢ شهراً الماضية؟ (أشْر مرة واحدة)

- ١: أقل من \$ ٢٠٠ ☐
 ٢: من ٢٠٠ إلى أقل من \$ ٥٠٠ ☐
 ٣: من ٥٠٠ إلى أقل من \$ ١٠٠٠ ☐
 ٤: من ١٠٠٠ إلى أقل من \$ ٥٠٠٠ ☐
 ٥: \$ ٥٠٠٠ وما فوق ☐

الشكل ٣-٦: متوسط الإنفاق على التسوّق عبر الإنترنت بحسب نوع المنتج، كندا، ٢٠٢٠

متوسط الإنفاق على التسوّق عبر الإنترنت (أشخاص بعمر ١٥ عاماً وما فوق)، بالدولار الكندي:



ملاحظة: المبيت من نظير إلى نظير هو خدمة تربط المسافرين والمضيفين عبر تطبيق للهاتف النقال أو موقع ويب يعمل كوسيط ويعالج الدفع من المسافرين إلى المضيف. من وسطاء المبيت من نظير إلى نظير، مثلاً، Airbnb و Flipkey.

المصدر: Statistics Canada, (٢٠٢٢b)

المؤطر ٣-١٢). هنا أيضاً لم يجمع البعد الدولي، لذا لا يمكن استخدام هذه النتائج مباشرة لقياس صادرات الأسر المطلوبة رقمياً.

تُلحح البيانات إلى أن مسح الأسر يمكن أن تُسفر عن

الأموال التي يجنيها الأفراد عبر الإنترنت. من ضمن هذه الأرباح، كلّ المعاملات مع مشتر مقيم في منطقة اقتصادية مختلفة هي بمثابة صادرات مطلوبة رقمياً. مثلاً، أدرج المسح الكندي حول استخدام الإنترنت لعام ٢٠٢٠ (Statistics Canada، ٢٠٢٠) هذا الأمر ضمن الأسئلة حول «العمل عبر الإنترنت» (راجع

المؤطر ٣-١٢: قياس أرباح الأفراد عبر الإنترنت في كندا

أدرج السؤال أدناه، وهو يقيس أرباح الأفراد من أنشطة عبر الإنترنت، بما في ذلك مبيعات التجارة الإلكترونية، في المسح الكندي لاستخدام الإنترنت ٢٠٢٠ (Statistics Canada، ٢٠٢٠a):

السؤال الآتي يتناول الأموال التي جنيته شخصياً عبر الإنترنت خلال الـ ١٢ شهراً الماضية. من فضلك تذكر أن إجاباتك ستُحفظ بسريّة تامة.

خلال الاثني عشر شهراً الماضية، كم جنيته شخصياً من ممارسة الأنشطة الآتية عبر الإنترنت؟

- \$ _____ البيع عبر الإنترنت لسلع مادية صنعتها أو ولدتها
- \$ _____ بيع الخدمات عبر لوحات دعايات متصلة بالإنترنت
- \$ _____ تقديم خدمات مبيت من نظير إلى نظير استناداً إلى منصة
- \$ _____ توفير خدمات ركوب وتوصيل من نظير إلى نظير استناداً إلى منصة
- \$ _____ تقديم خدمات أخرى من نظير إلى نظير استناداً إلى منصة
- \$ _____ العمل الحر عبر الإنترنت
- \$ _____ عمل مصغر من ضمن مشروع حشدي
- \$ _____ كسب مدخول من خلال دعايات عبر الإنترنت ومحتوى ممول
- \$ _____ أنشطة أخرى

في العام ٢٠٢٢ (Statistics Canada، ٢٠٢٢c) تضمن المسح سؤالاً بديلاً يجمع المبلغ الإجمالي للأرباح عبر الإنترنت من جراء هذه الأنشطة:

يتناول السؤال الآتي المدخول الذي جنيته عبر الإنترنت من عقد عمل حر تم إبرامه عبر منصة متصلة بالإنترنت، كالوظائف حسب الطلب في «اقتصاد الوظائف المؤقتة»، أو بيع خدمات أو سلع ولدتها. تذكر أن إجاباتك ستُحفظ بسريّة تامة.

في العادة لا يُوظف عاملون ضمن اقتصاد الوظائف المؤقتة على أساس طويل الأجل من جانب شركة واحدة؛ بدل من ذلك يرمون عقوداً مختلفة مع شركات أو أفراد (طالبي المهام) لإنجاز مهمة محددة أو للعمل ضمن فترة زمنية محددة، إما شخصياً أو رقمياً، مقابل قبض مبلغ تفاوضي. تشمل الأمثلة Uber أو Lyft أو TaskRabbit أو Upwork أو Guru أو Fiverr أو Freelancer، أو المدخول المكتسب من خلال إعلانات عبر الإنترنت ومحتوى ممول.

خلال الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو أفضل تقدير في نظرك للمدخول الذي جنيته من العقود المبرمة عبر الإنترنت

والمتصلة باقتصاد الوظائف المؤقتة أو بيع خدمات أو سلع قمت بتوليدها؟

\$ _____

وجدت نتائج عام ٢٠٢٠ أن معدل أرباح الأنشطة عبر الإنترنت هو بقيمة ٢٧٠٠ دولار كندي (نحو ٢٠٠٠ دولار أمريكي). كانت أكثر الطرق رواجاً لكسب المال عبر الإنترنت، وبهامش لا بأس به، «البيع عبر الإنترنت لسلع مادية صنعتها أو ولدتها» (٧ في المائة ممن أعمارهم ١٥ عاماً وما فوق في كندا، بمعدل أرباح يبلغ نحو ١٧٠٠ دولار كندي) و «بيع الخدمات عبر لوحات دعايات متصلة بالإنترنت» [مثل eBay أو Kijiji (٤ في المائة، ١٥٠٠ دولار كندي)، بينما اجتنيته أعلى الأرباح عبر «العمل الحر عبر الإنترنت» (٧، بالمائة، بمعدل ١٠٠٠٠ دولار كندي تقريباً) و «أنشطة أخرى» (٢،٣ في المائة، بمعدل ١٩٠٠٠ دولار كندي تقريباً).

من غير الواضح إلى أي مدى يمكن اعتبار بعض هذه الأرباح من ضمن مبيعات التجارة الإلكترونية، ومن ثم متصلة بالتجارة المطلوبة رقمياً. من الواضح أن المدخول من جراء بيع المبيت أو الركوب والتوصيل أو خدمات أخرى عبر منصات متصلة بالإنترنت سيلبي بوضوح تعريف الطلب الرقمي. من المحتمل أيضاً أن تتم عمليات بيع عدة عبر الإنترنت للسلع المادية على يد أفراد عبر منصات توسط رقمية مثل eBay أو Etsy، على الرغم من أن بعضها الآخر سيُباع عبر الرسائل المنضدة يدوياً والمرسلة كاستجابة لإعلانات موضوعة على لوحات دعاية متصلة بالإنترنت. قد تكون رسائل البريد الإلكتروني المنضدة يدوياً، أو أشكال أخرى من الرسائل المكتوبة، مهمة أيضاً للأنشطة الأخرى المدرجة في الجدول. لا تُدرج كندا الطلبات المؤداة عبر رسائل البريد الإلكتروني المنضدة يدوياً ضمن التجارة الإلكترونية.

المصدر: Statistics Canada.

على تحديد وتكمية التقديرات التبخيسية (underestimates) المحتملة في هذه المجالات (راجع المؤطر ٣-١٣).

وعلى نحو مماثل يمكن استخدام المسوح المعهودة حول المدخول الأسري لسؤال الأسر عما إذا قدمت خدمات مبيت قصيرة الأجل عبر منصات توسط رقمية وولدت مدخولاً. صحيح أن مثل هذه الأسئلة لن تفرق (على الأقل في البداية) بين خدمات المبيت المقدمة للمقيمين وتلك المقدمة لغير المقيمين، لكنها ستفترج حجماً تقريبياً وتقديرًا أقصى.

أخيراً، تجدر الإشارة إلى أن معظم مبيعات التجارة الإلكترونية على يد الأفراد/الأسر، إن لم يكن كلها، لن تتم بدون منصات توسط رقمية. لمزيد من المعلومات حول قياس وتسجيل المعاملات التي تشمل منصات التوسط الرقمية، راجع الفصل ٥.

مسوح الوحدات الحكومية والمؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر

كما سبق ذكره في القسم ٣-١، يمكن لجميع أنواع الوحدات المؤسسية أن تنخرط في التجارة الإلكترونية والتجارة المطلوبة رقمياً كأطراف مشتريّة أو بائعة. كنتيجة لذلك، يجب القيام بقياسات موسعة تغطي عمليات الشراء والبيع التي تنجزها الوحدات الحكومية والمؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs) - على الرغم من أن المسوحات الخاصة بمؤسسات الأعمال يمكنها أن تغطي هذه الأخيرة في بعض الحالات.

هناك عدد قليل من الأمثلة على مسوح حول استخدام هذه القطاعات المؤسسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي تميل إلى التركيز على دجلة العمليات مثل الشراء الإلكتروني، بدلاً من التركيز على قيمة المعاملات المعنية. بهذا المعنى سيكون من الضروري، على الأرجح، استخدام مصادر أخرى، مثل أنظمة إعداد التقارير حول تدبر الميزانية الحكومية، لتجميع المعلومات الملائمة.

لكن من المحتمل أيضاً، في معظم الحالات، أن تشكل معاملات مؤسسات الأعمال والأسر الغالبية العظمى من تدفقات التجارة المطلوبة رقمياً. لذا قد تغطي تغطية الحكومة وال NPISHs بأولوية أدنى. غير أن الوضع في بعض الاقتصادات سيكون مختلفاً، لذا يبقى على القيمين على تجميع البيانات الإحصائية النظر في القدرة المحتملة لهذه القطاعات على الانخراط في أحجام من التجارة الرقمية تكون مجدية إحصائياً، وعلى تكييف مدى تغطية المسوح (وغيرها من المصادر) وفقاً لهذا الأمر.

٢-٢-٣ التصاريح الجمركية وغيرها من المصادر

على الرغم من أن المسوح تعدّ مصدراً واعداً لتقدير التجارة المطلوبة رقمياً، ثمة مصادر أخرى مختلفة يمكنها أن توفر قياسات

نتائج معتبرة حول حصّة الطلب الرقمي بالنسبة إلى إجمالي نفقات الأسرة، وحول المدخول الذي تكسبه الأسر من البيع عبر الإنترنت. إن مقارنة هاتين الحصتين بإجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية ومشترياتهما من شأنه أن يوفر نظرة استشرافية إلى الأهمية الاقتصادية المحتملة للواردات والصادرات المطلوبة رقمياً على يد الأسر.

من الناحية المثالية، يجب أن تجمع المسوحات الأسرية أيضاً معلومات حول ما إذا كان المنتج المشتري أو المباع هو سلعة، أو خدمة مسلّمة رقمياً، أو خدمة مسلّمة عبر قناة أخرى. يمكن أن يؤدي تقسيم إضافي للإنفاق على التجارة الإلكترونية الأسرية بحسب المنتجات المشتراة إلى تقديم استشرافات مفيدة ملائمة لقياس التجارة الرقمية. إن لم يكن هناك مورّدون محليون رئيسيون لمنتج معين، كممثل خدمات الموسيقى الدفعية، أو الألعاب عبر الإنترنت، أو التخزين عبر الإنترنت، فإن الإنفاق على هذه المنتجات يعني، ضمنياً، استيراد خدمات مطلوبة رقمياً ومسلّمة رقمياً. والواقع أن هذه التفاصيل هي أحد المجالات التي تتيح أيضاً للمسوحات الأسرية أن تثبت جدواها لقياس الإنفاق على المنتجات المسلّمة رقمياً (راجع الفصل ٤).

يمكن أن يكون تجميع التفاصيل مفيداً أيضاً بالنسبة إلى الأرباح عبر الإنترنت. مثلاً، في الاقتصادات ذات السياحة المحلية المحدودة، ستعني الأرباح المتأتية من توفير أماكن مبيت من نظير إلى نظير استناداً إلى منصّة، بشكل أساسي، صادرات مطلوبة رقمياً. صحيح أن تفاصيل كهذه عن المنتج لن تعطي الصورة الكاملة عن تجارة الأسر المطلوبة رقمياً، لكنها ستوفر رغم ذلك استشرافات مفيدة.

من حيث المبدأ يمكن توسيع مسوحات أسرية أخرى لتجميع معلومات حول قيمة المعاملات الدولية المطلوبة رقمياً على غرار ما هي عليه الحال بالنسبة إلى المسوحات الخاصة بمؤسسات الأعمال. غير أن بعض الجهود السابقة أشارت إلى أن المحيين يجهدون لعرفنة المعاملات المحلية والدولية بدقة واتساق. لا تزال الأسئلة والطرق المسحية في هذا المجال في مرحلة مبكرة من التطوير، وثمة حاجة إلى مزيد من التصميم والتوزيع والاختبار لعرفنة أفضل الطرق من أجل حيازة نتائج معتبرة.

ثمة مجال محتمل يمكن أن ترتبط عبره المسوحات الأسرية ارتباطاً مباشراً بالتجارة الرقمية، وهو ما يتناول المصاريف المنفقة خارج البلاد ومصاريف السياحة المنفقة داخل الاقتصاد المراكم. يمكن إضافة أسئلة مخصصة إما إلى مسوح الإنفاق الأسري المعهودة، أو إلى مسوح السفر الدولي، لتحديد حصّة النفقات على المبيت و (بشكل منفصل) خدمات السفر المشتراة من الخارج بطلبية رقمية (كما في الشكل ٣-٧)، الأمر الذي قد يساعد

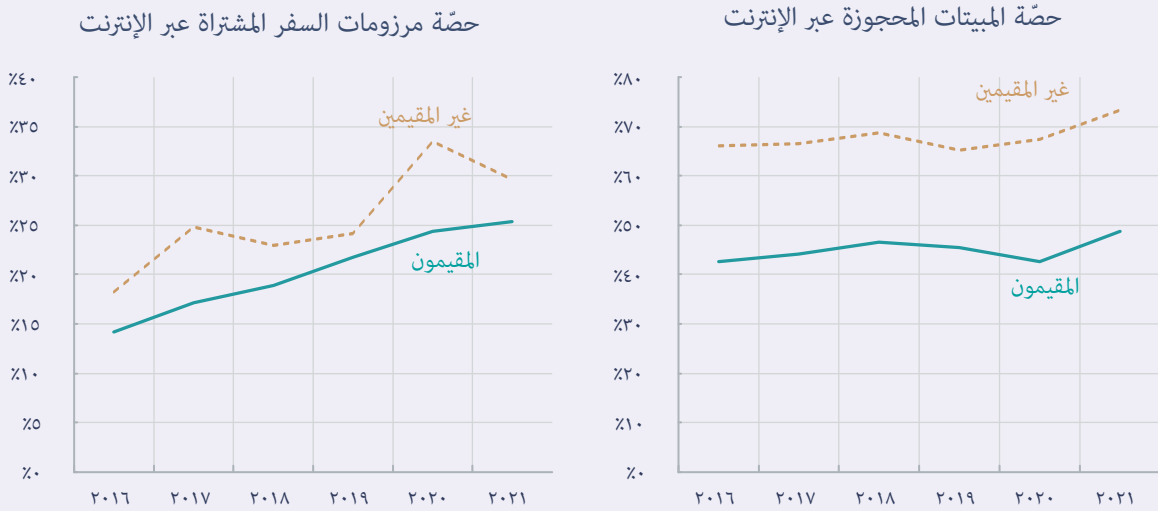
الموْطَر ٣-١٣: مراكمة معاملات السفر المطلوبة رقمياً في إيطاليا

منذ عام ١٩٩٦ يقوم بنك إيطاليا بإجراء مسح موسّع وجهاً لوجه، على الحدود، لتوفير معلومات حول شتّى سمات السياحة الدولية في إيطاليا، الوافدة منها والمغادرة، مثل الزوّار والزيارات لجهة العدد والخصائص، وعدد المبيتات الليلية، ووسائل الدفع المستخدمة، إلخ.

منذ عام ٢٠١٦ أُضيفت أسئلة محدّدة لتجميع معلومات حول استخدام الأدوات المتّصلة بالإنترنت لحجز خدمات السفر أو شرائها. يُسأل المسافرون عن: (أ) الشراء عبر الإنترنت لمرزومات سفر «شاملة كاملة»؛ (ب) حجز المبيت عبر الإنترنت؛ (ج) القنوات المستخدمة في حجز المبيت عبر الإنترنت.

في الفترة ما بين ٢٠١٦ و٢٠٢١، زاد الإنفاق على الرحلات «الشاملة الكاملة» المشتراة أو المحجوزة عبر الإنترنت من ١٤ في المائة إلى ٢٥ في المائة للمقيمين في إيطاليا، ومن ١٨ في المائة إلى ٣٠ في المائة لغير المقيمين. وارتفع حجز أماكن المبيت عبر الإنترنت في نفس الفترة من ٤٣ في المائة إلى ٤٩ في المائة (للمقيمين) ومن ٦٦ في المائة إلى ٧٣ في المائة (لغير المقيمين).

الشكل ٣-٧: نسبة عروض السفر والمبيت المحجوزة عبر الإنترنت في إيطاليا (%)



المصدر: بنك إيطاليا.

المتاجرة الدولية بالبضائع.

كجزء من هذه الجهود، تقود منظمة الجمارك العالمية (WCO)، بالتعاون مع جهات فاعلة في التجارة الإلكترونية الدولية من القطاعين العام والخاص، مبادرة نحو عرفة أفضل وتتبع أجدى للتجارة المطلوبة رقمياً في السجلات الجمركية من خلال عرفة إلكترونية محسّنة لمنشأ المرزومات ووجهتها ومحتواها، مثلاً عبر الرمز الشريطي S١٠ للأصناف البريدية، أو استمارات بيانات خاصة (غالباً ما تكون مبسّطة) لطليبات التجارة الإلكترونية.

يخضع عمل منظّمة الجمارك العالمية «لإطار معايير» خاص بالمنظّمة حول التجارة الإلكترونية العابرة للحدود (راجع الإطار ٣-١٤)، وهذا الإطار يقدّم، من بين ما يقدّم، إرشاداً بنوياً حول

لبعض المكونات الرئيسية للصادرات والواردات المطلوبة رقمياً.

وعلى وجه الخصوص، قد تكون المعلومات الملائمة متاحة، أو ممكنة التجميع، عبر قنوات مختلفة، إدارية وخاصة، على النحو المبين في الأقسام الفرعية الآتية.

التصاريح الجمركية

سجلات الجمارك هي مصدر البيانات الرئيسي الذي تقوم عليه إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع. لذا فإن عرفة الشحنات المطلوبة رقمياً داخل المصادر الجمركية تتيح إمكانية قياس الواردات والصادرات المطلوبة رقمياً على نحو عابر لجميع القطاعات المؤسسية، وأدجمتها بشكل مباشر ضمن إحصاءات

أن أضيف إليها حقل معيّن لعرفنة المعاملات المطلوبة رقمياً)، وإلى تصاريح جمركية إلكترونية وبيانات بريديّة من أجل اشتقاق تقديرات موثوقة لصادرات البضائع المطلوبة رقمياً ووارداها (راجع الفصل ٦).

تقديرات التجارة الدوليّة ما دون العتبات الدنيا والتجارة المنخفضة القيمة

تأدية الطلبات رقمياً هو عامل مفتاحي وراء النموّ القويّ لشحنات الطرود الدوليّة (Boffa و De Borba و Piotrowski، ٢٠٢١). أحد الأمثلة على حجم هذه الزيادة ووتيرتها هو النموّ السريع في عدد الشحنات الصغيرة التي تدخل اليابان، من ١٢,٣ مليون شحنة عام ٢٠١٠ إلى ٦٣,٤ مليون عام ٢٠٢٠. ١٩ العديد من هذه الشحنات ذات قيمة منخفضة نسبياً، بحيث تقلّ عن العتبات الدنيا للجمارك - وهي حدود دنيا

قياس معاملات التجارة الإلكترونيّة (أي المطلوبة رقمياً) ويهدف إلى إرساء معايير عالميّة في سلسلة توريد التجارة الإلكترونيّة، بما في ذلك مقارنة منسّقة لتقييم المخاطر، وللتخليص/الإفراج، وتحصيل الإيرادات، والتعاون الحدودي، من وجهتي نظر تيسير التجارة والرقابة الجمركية.

بدأت العديد من الاقتصادات تتقصى طرقاً لجعل التجارة الرقمية مرئية في إحصاءات تجارة البضائع عبر استغلال شيفرات مخصصة ضمن الإجراءات الجمركية. وتحرز الجمارك الصينية، المسؤولة عن نشر إحصاءات المتاجرة الدوليّة بالبضائع في الصين، تقدّماً كبيراً في هذا المجال، بدعم من سياسة حكوميّة مرسومة تهدف إلى خلق بيئة مؤاتية لتطوير التجارة الإلكترونيّة (راجع الإطار ٣-١٥ والفصل ٦). وعلى نحو مماثل، طوّر معهد الإحصاء التركيّ (TurkStat) ووزارة التجارة في تركيا، بجهد مشترك، منهجية تستند إلى سجلّات الجمارك «المعهودة» (بعد

المؤطر ٣-١٤: إطار معايير منظّمة الجمارك العالمية حول التجارة الإلكترونيّة عبر الحدود

يستند إطار منظّمة الجمارك العالمية بشأن معايير التجارة الإلكترونيّة عبر الحدود إلى ثمانية مبادئ إرشادية للتجارة الإلكترونيّة عبر الحدود كما استعرضها «قرار الأقصر»^{١٧} الذي اعتمد في اجتماع لجنة منظّمة الجمارك العالمية لرسم سياسة العام ٢٠١٧. وعلى وجه الخصوص يدعم المبدأ الخامس حول «القياس والتحليل» المعيار ١٥ حول «آلية القياس»، ونصّه هو الآتي: «يجب أن تعمل إدارات الجمارك مع الوكالات الحكومية ذات الصلة، ويتعاون وثيق مع أصحاب المصلحة في التجارة الإلكترونيّة، على التقاط وقياس وتحليل ونشر إحصاءات التجارة الإلكترونيّة العابرة للحدود وفقاً للمعايير الإحصائية الدوليّة ومتطلّبات السياسة الوطنية المرسومة، تمهيداً لاتخاذ قرارات مستنيرة». وتوفّر «مرزومة التجارة الإلكترونيّة لمنظّمة الجمارك العالمية»^{١٨} المواصفات الفنية لهذا المعيار. يهدف العمل على تطبيق هذا المعيار إلى الآتي:

- إنشاء مجموعة من المصطلحات المشتركة والآليات الموثوقة لقياس وتحليل التجارة الإلكترونيّة عبر الحدود على نحو دقيق بالتعاون الوثيق مع منظّمات دوليّة مثل منظّمة الطيران المدنيّ الدوليّ (ICAO)، ومنظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ (OECD)، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، وشعبة الإحصاء في الأمم المتحدة (UNSD)، والاتحاد البريديّ العالميّ (UPU)، والمنتدى الاقتصادي العالميّ (WEF)، ومجموعة البنك الدوليّ، ومنظّمة التجارة العالمية (WTO)، وكذلك مع منظّمات الإحصاء الوطنيّة وأصحاب المصلحة في التجارة الإلكترونيّة؛
- استخدام تحليلات البيانات (بما في ذلك وحدات وظيفيّة حول «البيانات الضخمة») والقدرات الحالية للمنظّمات الدوليّة، والبايعين الإلكترونيّين/المنصّات الإلكترونيّة، وأصحاب المصلحة الآخرين، بهدف توليد الاتّجاهات والتحليلات لاتخاذ القرار القائم على البيانات لدعم تنفيذ المبادئ الإرشادية والنموّ الفعّال والمستدام للتجارة الإلكترونيّة عبر الحدود؛
- إنشاء آليات، ومعها الإطار القانوني الداعم، لالتقاط البيانات على مستوى البند لتسهيل تطوير إحصاءات التجارة الإلكترونيّة، مع تنفيذ عمليّات التخليص المبسّطة، مثلاً التصريح الإيجازي المبسّط والمعزّز.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

المؤطر ٣-١٥: قياس التجارة الإلكترونية للبضائع عبر الحدود باستخدام البيانات الجمركية في الصين

في السنوات الأخيرة ازدهرت التجارة الإلكترونية في الصين، فأصبحت واحدة من أكبر أسواق التجارة الإلكترونية في العالم. تسبب هذا النمو في ظهور تحديات أمام قياس دقيق للتجارة الإلكترونية العابرة للحدود عندما تتناول سلعًا متصلة بمعاملات عالية الوتيرة ومنخفضة القيمة. وقد طوّرت الجمارك الصينية، بصفتها المؤسسة المسؤولة عن إنتاج إحصاءات تجارة البضائع الصينية الرسمية، مقاربات جديدة لضمان تغطية إحصائية لهذه المعاملات التي تتناول كلاً من تجاريّ B2C و B2B (راجع أيضًا الفصل ٦).

بالنسبة إلى معاملات B2C للتجارة الإلكترونية عبر الحدود، أنشأت الجمارك الصينية نظامًا متخصصًا لتخليص التجارة الإلكترونية عبر الحدود (CBECs). تُعرفن شيفرات نظامية جمركية مخصصة للبضائع التي يتمّ تخليصها عبر CBECs. تسمح الجمارك بالإفراج عن سلع التجارة الإلكترونية العابرة للحدود B2C عبر تصريح بسيط يجمع بين الطلبات الأصلية وبيانات الخدمات اللوجستية والدفع، مُجرّزًا مصادقة تقاطعية في ما بينها، بينما تصرّح منصات التجارة الإلكترونية عن بيانات ملخصة للجمارك في فترة لاحقة لأغراض إحصائية وسواها من الأغراض.

بما أنّ منصات التجارة الإلكترونية تنطوي في العادة على أنظمة تدبّر بيانات عالية الجودة للإشراف على سلسلة المعاملات والخدمات اللوجستية والمدفوعات إشرافًا كاملاً، من السهل تجميع المعلومات والإبلاغ عنها. تستخدم الجمارك الصينية المعلومات المتعلقة بالطلبات التي قدّمتها منصات التجارة الإلكترونية داخل الصين وخارجها لتطوير تقديرات إحصائية حول الحجم الإجمالي للتجارة الإلكترونية عبر الحدود. ومن خلال أدمجة السجلات الإدارية للوجستيات عبر الحدود بالمدفوعات عبر الحدود عن طريق استخدام منهجيات البيانات الضخمة، تستطيع الجمارك الصينية مقارنة البيانات واستصحابها لتحسين دقة القياس. تُوفّر هذه المقاربة معلومات إحصائية كاملة، ودقيقة، وفي-الوقت-المناسب.

بالنسبة إلى البضائع B2C التي تخلّص كطرود بريديّة وكتوصيلات بريد سريع بدلاً من تخليصها عبر CBECs، أجرت الجمارك الصينية ووكالة البريد مسحًا تجريبيًا عبر استخدام طرق معاينة لتحديد نسبة الطرود البريدية ضمن التجارة الإلكترونية، وذلك بغية تقدير حجم المتاجرة عبر الحدود بسلع التجارة الإلكترونية عبر القنوات البريدية.

بالنسبة إلى معاملات B2B، تشجّع الجمارك الصينية المصدرين على إعلان ما إذا كانت السلع مطلوبة عبر التجارة الإلكترونية. وستُستخدم هذه المعلومة لإجراء مسح إحصائيّ مستقبليّ بغية تقدير هذه البيانات واستصحابها بشكل أفضل.

المصدر: الجمارك الصينية.

٢٠٠٠ دولار أميركيّ^{٢١} في الولايات المتحدة. تطبّق بعض البلدان أيضًا عتبة دنيا على الحجم، وقد تختلف هذه العتبة لكلّ ضريبة أو رسم مطبّق. أشارت بعض البلدان إلى اعتمادها عتبات دنيا مختلفة للشحنات البريدية أو متغيرة بحسب نوع النقل. في معظم الحالات تصل العتبة الدنيا في التجارة إلى نحو ١-٣ في المائة من إجماليّ التجارة، لكنّها قد تصل إلى أكثر من ١٥ في المائة لدى بعض الاقتصادات.

بما أنّ المتاجرة الدولية بالبضائع التي تقلّ عن العتبات الدنيا لا تسجلّها سلطات الجمارك، يجب تقدير قيمة هذه التدفّقات بشكل منفصل عند مراعاة إحصاءات تجارة البضائع. بشكل عامّ، يقوم نحو نصف دول منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ، بالإضافة إلى العديد من البلدان غير الأعضاء في هذه المنظمة، بإنتاج قياسات أو تقديرات لتجارة ما دون العتبة

للقيمة والوزن والحجم و/أو المبلغ لا تحسّل رسوم أو ضرائب جمركية عنها، ومن ثمّ لا لزوم لإبلاغ سلطات الجمارك عن التفاصيل الخاصّة بها. في كثير من الحالات تتّصل العتبات الدنيا فقط بالسلع المعدّة للاستخدام الشخصي^{٢٠}. لن تغطّي التجارة المطلوبة رقميًا والواقعة تحت العتبات الدنيا بقياسات قائمة على تصاريح جمركية، لذا يجب قياسها أو تقديرها بشكل منفصل من أجل الوصول إلى إحصاءات حسنة التمثيل بالكامل.

أظهر مسح جردّيّ (stocktaking survey) أجرته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ وصندوق النقد الدوليّ (OECD، ٢٠١٦) أنّ العتبات الدنيا تختلف على نطاق واسع بين البلدان. على سبيل المثال، ضمن دول منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ، تتراوح العتبة الدنيا من ١٥ جنيهاً إسترلينياً (حوالي ١٧ دولاراً أميركياً) في المملكة المتحدة إلى

المؤطر ٣-١٦: تقديرات التجارة المنخفضة القيمة في الولايات المتحدة

منذ ستينات القرن الماضي عززت الولايات المتحدة تخفيض تكاليف معالجة التدفقات التجارية من خلال إعفاء المعاملات المنخفضة القيمة لكل من الواردات والصادرات من عبء الإجراءات الإضافية والمعاملات الورقية. يقدم مكتب التعداد في الولايات المتحدة تقديرات لإحصاءات التجارة المنخفضة القيمة^{٢٥} ما دون عتبة ٢٥٠٠ دولار أميركي للصادرات، وما بين ٨٠٠ دولار أميركي و ٢٠٠٠ دولار أميركي للواردات. لا تشمل التجارة المنخفضة القيمة تجارة ما دون العتبات الدنيا، أي تلك التي تشمل واردات معينة بقيمة أقل من ٨٠٠ دولار أميركي وتكون معفاة من الرسوم وبعض الإجراءات الجمركية. تُقدّر إحصاءات الصادرات في جزأين: التجارة المسلمة عبر طرود صغيرة بالبريد السريع، والتجارة بالبريد العادي المنخفضة القيمة والخاصة بالبلد. بالنسبة إلى التجارة المنخفضة القيمة عبر طرود صغيرة بالبريد السريع، أجريت أبحاث لتطوير «عامل بريد سريع» يساوي نسبة إجمالي التجارة المنخفضة القيمة إلى إجمالي التجارة العالية القيمة لدى شركات نقل الطرود الصغيرة بالبريد السريع. تُقدّر التجارة المنخفضة القيمة المنقولة عبر طرود صغيرة بالبريد السريع من خلال ضرب هذا العامل بقيمة التجارة العالية القيمة الموردة عبر نقل الطرود الصغيرة بالبريد السريع.

تُقدّر التجارة المنخفضة القيمة بالبريد العادي عبر استخدام عامل خاص بالبلد مضروباً بتجارة كل بلد من الشهر السابق (أو الحالي، إذا كان متاحاً). يُجرى ذلك على صادرات الولايات المتحدة إلى جميع البلدان المشمولة باستثناء كندا، إذ تنشأ تقديرات لهذا الأخير بشكل منفصل بموجب اتفاق تبادل البيانات بين الولايات المتحدة وكندا.

على العكس، تستند إحصاءات الاستيراد في الغالب إلى بيانات الاستيراد المنخفضة القيمة بدلاً من أن تُقدّر. تستجلب هذه البيانات من بيانات فائضة، مودعة إلكترونياً، تحذف عادةً من الإحصاءات الأصلية لأنّ إبلاغها يكون على مستوى تكديسي أكبر مقارنة بالغالبية العظمى من بيانات تجارة السلع. ثمّ تستكمل هذه البيانات بثلاثة أنواع إضافية من المعاملات المنخفضة القيمة: (١) تقديرات البيانات المنخفضة القيمة المودعة ورقياً؛ (٢) تقديرات التجارة المنخفضة القيمة المنقولة بالبريد السريع؛ (٣) بيانات عن التجارة المنخفضة القيمة تدوولت داخل مناطق التجارة الخارجية إما ورقياً أو إلكترونياً.

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي.

والبريد السريع، بحيث تكون جميع وسائط النقل مشمولة.

لدى بعض البلدان نظام أوسع للتجارة الدولية «المنخفضة القيمة»، وبموجبه يتجنب التجار بعض التدقيقات الإدارية (مثل الجمارك)، وربما الرسوم و/أو الضرائب. مثلاً، في جمهورية كوريا تُعفى واردات سلع الاستخدام الشخصي بقيمة ما دون ١٥٠ دولاراً أميركياً من التعرفة الجمركية وضريبة القيمة المضافة (أي، هي ما دون العتبة الدنيا)، وتخضع السلع بقيمة ما بين ١٥٠ دولاراً أميركياً و ٢٠٠٠ دولار أميركي لـ «تصريح استيراد مبسّط» يحتوي على ٥٧ حقلاً (أي تجارة منخفضة القيمة)، فيما تخضع البضائع بقيمة ٢٠٠٠ دولار أميركي وما فوق لـ «تصريح الاستيراد العام» الكامل، وفيه ٦٩ حقلاً ويتطلب أيضاً توثيقاً كاملاً، مثلاً للفواتير، وللتراخيص/الأذونات، وغيرها.

مثال آخر هو الاتحاد الأوروبي الذي أتاح، استناداً إلى تعديل على الناطمة التكميلية لقانون الجمارك في الاتحاد، التصريح عن البضائع حتى ١٥٠ يورو، اعتباراً من ١ كانون الثاني/يناير ٢٠٢١، باستخدام تصريح جمركي ينطوي على ثلث ما يتطلبه تصريح معياري من بيانات.^{٢٤} يقدم المؤطر ٣-١٦ مثلاً إضافياً

الدنيا أو للتجارة المنخفضة القيمة لأغراض ميزان المدفوعات وإحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع.^{٢٢}

في هذا الأمر يتم الاعتماد على مصادر مختلفة، منها الخدمات البريدية الوطنية، والتقارير الإدارية التي ترفعها الجمارك، ومعلومات الدفع بالبطاقات، وغاذج تقديرية (OECD، ٢٠١٦). يمكن أن تقدّم التقديرات الناتجة مقارنة للتدفقات التجارية المطلوبة رقمياً بسبب الترابط بين زيادة العتبة الدنيا في التجارة وبين تأدية الطلبات رقمياً. لكن، في حين أنّه من المحتمل أن يقوم ثمة تعلق قوي بين نموّ العتبة الدنيا للمعاملات والنموّ في الطلب الرقمي،^{٢٣} من المهمّ أن يُشار إلى أنّ تجارة ما دون العتبات الدنيا لن تُطلب كلها رقمياً. لذا يجب توخّي الحذر عند استخدام تقديرات التجارة ما دون العتبات الدنيا كأساس لتقديرات التجارة المطلوبة رقمياً. ويمكن، على وجه الخصوص، للتقديرات المستندة إلى معلومات من مزوّد خدمات التوريد البريدي أن توفرّ تقديرات متينة نسبياً لإجمالي التجارة المنخفضة القيمة وتجارة ما دون العتبات الدنيا، شريطة أن تغطّي عملية التقدير، على الأقل، المزوّد الرئيسيين لخدمات التوريد البريدي

جمهورية كوريا، مثلاً، تخضع شركات التجارة الإلكترونية المسجلة لتقارير جمركية خاصة، وهذا ما يقلل من المعاملات الورقية ويسرع التخليص (بالإضافة إلى إمكانية تقديم بعض إعفاءات من الرسوم والضرائب). كما تخضع السلع الواردة إلى أستراليا والمخصصة لفرد خاص، بقيمة ما دون ١٠٠٠ دولار أسترالي ومطلوبة عبر موزع متصل بالإنترنت، لضريبة السلع والمبيعات (GST)، وهي ما يجب أن يدفعه المورد (راجع المؤطر ٣-١٧).

بيانات عائدات ضريبة القيمة المضافة

يتضمن عائد ضريبة القيمة المضافة (VAT) على مؤسسة الأعمال، من ضمن ما يتضمن، قيمة إجمالي مبيعاتها ومشترياتها. في العادة لا تُقسّم إيرادات ونفقات المبيعات بحسب القناة (مثلاً، عبر الإنترنت وخارجه). لكن إذا أمكن عرفنة الشركات التي تبيع عبر الإنترنت من ضمن المجموعة الإجمالية لعائدات ضريبة القيمة المضافة، يمكن استخدام إجاباتها لحياة استشرافات حول قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية والتجارة المطلوبة رقمياً (راجع المؤطر ٣-١٨).

على التمييز بين تجارة ما دون العتبات الدنيا والتجارة المنخفضة القيمة في الولايات المتحدة.

في العادة تقوم أنظمة تجارة منخفضة القيمة كهذه بتجميع المعلومات اللازمة لتتبع وقياس التجارة المنخفضة القيمة بدقة، وفي كثير من الحالات يمكن تعزيزها كي تجمع أيضاً معلومات عن المعاملات المنخفضة القيمة المطلوبة رقمياً. على سبيل المثال، منذ عام ٢٠١٢ استخدمت تركيا التصاريح الجمركية حول التجارة الإلكترونية لقياس التجارة الرقمية المنخفضة القيمة. يتم إصدار التصاريح إلكترونياً على يد شركات شحن جوي سريع معتمدة، وتساعد على تسريع العمليات الجمركية. ثمة سقف أقصى قدره ١٥٠٠٠ يورو/٣٠٠٠ كلف للصادرات و ١٥٠ يورو/٣٠٠ كلف للواردات من أجل استيفاء شرط التصريح الإلكتروني (راجع الفصل ٦ لمزيد من التفاصيل).

وقد بدأت بعض البلدان، متقدمة بهذه التدابير خطوة إلى الأمام، تطبق إجراءات إدارية مختلفة على مؤسسات التجارة الإلكترونية خصيصاً. يمكن لرتيبات كهذه أن توفر مصادر بيانات إضافية لتجميع إحصاءات حول تجارة السلع المطلوبة رقمياً. في

المؤطر ٣-١٧: التقاط الواردات المنخفضة القيمة والمطلوبة رقمياً عبر بيانات إدارية في أستراليا

في الأول من تموز/يوليو ٢٠١٨، طبق مكتب الضرائب الأسترالي نموذجاً لتحصيل ضريبة السلع والخدمات (GST) من البائع على السلع المستوردة المنخفضة القيمة. يلزم النموذج بعض الموردين غير المقيمين، بما في ذلك المنصات والتجار والموردين من جديد، بأن يتسجلوا في ضريبة السلع والخدمات، ويطبّقوها، ويحصلوها على السلع المستوردة المنخفضة القيمة والمباعة للمستهلكين في أستراليا.

لا ينطبق النموذج على الزبائن الأعمال في أستراليا، ولا على السلع التي تزيد قيمتها على ١٠٠٠ دولار أسترالي (هذه هي قيمة العتبة الدنيا في أستراليا). بعبارة أخرى، يستهدف النموذج، تحديداً، الواردات المطلوبة رقمياً للتعويس على الشركات المحلية، إذ واجهت في السابق منافسة غير عادلة من البائعين عبر الإنترنت غير المقيمين الذين لم يكونوا ملزمين بتطبيق ضريبة السلع والخدمات على بيع سلعهم (وهذا ما أعطاهم أفضلية على مستوى الأسعار).

بعبارة بسيطة، بالنسبة إلى البضائع الواردة إلى أستراليا بقيمة ما دون ١٠٠٠ دولار أسترالي والتي طلبتها الأسر في أستراليا رقمياً لدى مورد غير مقيم (مثلاً، منصة تجارية)، يتوقع أن يدفع المورد ضريبة السلع والخدمات على قيمة السلعة لمكتب الضرائب الأسترالي (ATO) مباشرة.

منذ تقديم النموذج، شهدت أستراليا امتثالاً عالياً له، إذ قامت جميع المنصات الرئيسية، من ضمن الموردين، بالتسجيل في ضريبة السلع والخدمات، واستكملت تحصيلها، والتزمت بتحويلها. في السنة المالية الأسترالية ٢٠٢٠-٢٠٢١، حصل مكتب الضرائب الأسترالي ٢٢٥ مليون دولار أسترالي من عائدات ضريبة السلع والخدمات المطبقة على سلع مستوردة منخفضة القيمة (متفوقاً على ١٦١ مليون دولار أسترالي حُصلت في السنة المالية ٢٠١٨-٢٠١٩).

المصدر: المكتب الأسترالي للإحصاء.

المؤطر ٣-١٨: قياس التجارة الإلكترونية عبر الحدود من المتاجر الإلكترونية في هولندا

من أجل قياس إنفاقات المستهلكين الهولنديين لدى «متاجر ويب» غير هولندية متموقعة ضمن الاتحاد الأوروبي، استخدمت هيئة الإحصاء الهولندية (Centraal Bureau voor de Statistiek - CBS) عوائد ضريبة القيمة المضافة الهولندية التي قَدِّمتها شركات الاتحاد الأوروبي الأجنبية، وهي إلزامية في جميع أنحاء الاتحاد الأوروبي لجميع التجار الذين يصدِّرون أكثر من قيمة معينة (٣٥٠٠٠ يورو أو ١٠٠٠٠٠ يورو سنوياً، بحسب الدولة العضو في الاتحاد الأوروبي) إلى دولة أخرى عضو في الاتحاد الأوروبي.

من أجل عرفة متاجر الويب من بين جميع عائدات ضريبة القيمة المضافة، تمَّ أولاً تدميج المعلومات مع بيانات من قاعدة بيانات ORBIS التابعة لـ Bureau Van Dijk (ناشر خاصٌ لمعلومات الأعمال) (راجع Meertens وآخرون، ٢٠١٩) بغية اقتطاف الشركات العاملة في تجارة المفرق كنشاط أساسي أو ثانوي لها (ومن ثمَّ العاملة فقط في تجارة السلع). بسبب عدم وجود معرفات مشتركة، طوبقت السجلات عبر استخدام أسماء الشركات. تتطلب هذه العملية أعمال تنقيح كبيرة من أجل تجنب التشخيصات السلبية الخاطئة بسبب الاختلافات في علامات التقييم (النقاط، الفواصل، الشرطيات) أو الاختصارات (مثلاً، LTD مقابل LIMITED). في هذه العملية عملت CBS مع جامعة أمستردام وجامعة لايدن على تطبيق تقنيات تحليل البيانات الضخمة لتحقيق ربط أسرع وأكثر دقة.

بعد ذلك تم إقران هذا التحويم العام على الشركات ببيانات إنترنت مجمعة عبر كشط للويب من أجل عرفة مواقع الويب للمتاجر التي يمكن طلب المنتجات عبر الإنترنت من خلالها. تمَّت عرفة صفحات الويب على أساس اسم الشركة، مع تفحص أوتوماتي للمواقع للتأكد مما إذا كان فيها عربة تسوق. هذه العرفة لميزات متجر الويب أعيد تفحصها يدوياً بالنسبة إلى أكبر الشركات الأجنبية من حيث حجم المبيعات في هولندا. من خلال هذه التفحّصات اليدوية، أمكن إجراء تقدير تقريبي لأخطاء القياس في الخوارزمية، وقد بلغت نحو ٥ في المائة من رقم الأعمال. بناءً على ذلك، يمكن «تدريب» الإصدار التالي من الخوارزميات عبر استخدام التعلّم الماكيني من أجل تقليل أخطاء القياس بشكل أكبر.

تشير النتائج إلى أنَّ المستهلكين الهولنديين أنفقوا أكثر من مليار يورو (باستثناء ضريبة القيمة المضافة) على منتجات مباعة عبر متاجر ويب أجنبية في الاتحاد الأوروبي خلال عام ٢٠١٦، بزيادة قدرها ٢٥ في المائة مقارنة بعام ٢٠١٥، وبقيمة أعلى بست مرات مما سجّل سابقاً بناءً على مسح أجريت على المستهلكين. أكثر من نصف إجمالي عمليات الشراء عبر الإنترنت أجري عبر متاجر ويب موجودة في ألمانيا، تليها المملكة المتحدة وبلجيكا وإيطاليا. كانت الملابس والأحذية أكثر الأصناف المشتراة.

المصدر: Statistics Netherlands.

بيانات الدفع بالبطاقة

قنوات رئيسية لعدد كبير من المعاملات عبر الإنترنت، كما سيرد في الفصل الخامس.

تعدّ بيانات الدفع بالبطاقة (يشار إليها أيضاً باسم بيانات البطاقة الائتمانية) مصدراً يتم استكشافه في بلدان عدّة، خصوصاً لجهة الطلب الرقمي على يد الأسر. المقصود بهذا التعبير البيانات المتعلقة بالمشتريات الفردية المدفوعة عبر استخدام البطاقات (البطاقات الائتمانية والبطاقات الحسّية وما إلى ذلك) الصادرة عن مزوّد هذه الخدمة في اقتصاد معيّن. يمكن توفير هذه البيانات، أو الكُدّاسات الموجزة، للمراكمين الإحصائيين بموجب اتفاقيات مع مُصدري البطاقات.

يملك العديد من وكلاء القطاع الخاصّ بيانات عن كمّيات كبيرة من المعاملات عبر الإنترنت. على وجه الخصوص، تسجّل المؤسسات المالية، كالبانوك التي تُصدّر بطاقات الدفع، وشبكات معالجة الدفع الشامل، مثل Visa و Mastercard، والمعالجات المتخصصة للدفع عبر الإنترنت، مثل Alipay و PayPal، جميع المعاملات ذات الصلة من ضمن دورها القاضي بتسهيل المدفوعات عبر الإنترنت. إذا أمكن الاتفاق على ولوج مصادر كهذه للأغراض الإحصائية، يمكن أن توفر بياناتها أساساً قوياً لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. منصّات التوسّط الرقمي هي أيضاً

يعرّف طلب ما بأنه رقمي استناداً إلى تأدية الطلبية، لا الدفع، عبر شبكات حاسوبية. على الرغم من أنّ الدفع عبر الإنترنت غالباً ما يصاحب الطلب المقدم عبر الإنترنت، هذا ليس دائماً واقع الحال. والحقيقة أنّ وسائل دفع بديلة، كالدفع نقداً عند التسليم أو التحويل برقباً، تنتشر في بعض البلدان، ومن المرجح أن تؤثر الاختلافات في رجحان استخدام بطاقات الدفع لتسديد الطلبيات الرقمية على إمكانية مقارنة القياسات ما بين الاقتصادات.

كذلك يمكن أن تنشأ معاملات غائبة البطاقة في بعض الحالات الأخرى، مثلاً عند تأدية طلبية وتقديم تفاصيل البطاقة عبر الهاتف، أو عند تأدية الطلبية شخصياً مع إنجاز الدفع عبر الإنترنت. كما أنّ الأسر ليست الوحدات المؤسسية الوحيدة التي تسدّد مدفوعاتها بالبطاقة. صحيح أنّ من الممكن فلترة المعاملات المنجزة ببطاقات الشركات أو مؤسسات الأعمال، إلّا أن بعض المعاملات عبر البطاقات الشخصية تتم نيابة عن الشركات (مثلاً عندما يستخدم الموظف بطاقته الخاصة لدفع تكاليف السفر والإقامة في مهمة عمل، على أن يعوّضها عليه ربّ العمل لاحقاً). استناداً إلى مدى رجحان هذه العوامل المختلفة في اقتصاد معين، قد ينشأ خطر التبخيس أو الإفراط في تقدير طلبيات الأسر الرقمية عن طريق المعاملات الغائبة البطاقة.

إلى جانب مبلغ المعاملة، تتضمن بيانات الدفع بالبطاقة معلومات تكميلية. تسجّل المعاملات على أنّها «غائبة البطاقة» (أو «غير موجودة البطاقة») عند استخدام البطاقة عبر الإنترنت للدفع مقابل طلبية. بالنسبة إلى هذه المعاملات يكون «بلد مستودع التاجر»، في العادة، متاحاً. كلّ هذا، إلى جانب المعلومات المتعلقة بالبلد الذي تمّ إصدار البطاقة فيه، يوفر طريقة لمحاولة عرفة المعاملات الدولية، واستطراداً لاشتقاق تقدير للتجارة المطلوبة رقمياً.

يمكن أن تعطي شيفرات فئة التاجر، وهي مكوّن آخر في بيانات الدفع بالبطاقة يُستخدم لعرفة نوع الأعمال التي يمارسها التاجر، إشارة إلى المنتج المطلوب رقمياً. قد تكون هذه الإشارة ذات فائدة تحليلية، ويمكنها أن توفر، على الأرجح، أساساً لمحاولة عرفة مدفوعات الخدمات المطلوبة رقمياً من ضمن تقدير قيمة المعاملات المطلوبة رقمياً.

يقدم المؤطر ٣-١٩ والمؤطر ٣-٢٠ مثالين على هذه المقاربة.

على الرغم من أنّ بيانات الدفع بالبطاقة تبثّر بآمال كبيرة كأداة لقياس نفقات التجارة الإلكترونية والتجارة الرقمية على مستوى الأسر، ثمة محدوديات وتحديات ههنا يجب توقعها وتدبرها.

المؤطر ٣-١٩: استخدام بيانات البطاقة الائتمانية لقياس عمليات الشراء عبر الإنترنت العابرة للحدود في إسرائيل

بدأ المكتب المركزي الإسرائيلي للإحصاء، مستفيداً من الإطار القانوني المعمول به والذي يتيح النفاذ إلى معلومات البطاقة الائتمانية، ومن ميموراندوم أعدّ مع ثلاث شركات كبرى، بتطوير تقديرات لعمليات الشراء المطلوبة رقمياً على يد المستهلكين خارج البلاد.

قدّمت شركات البطاقات الائتمانية بيانات شهرية أو ربع سنوية تغطّي الفترة من ٢٠١٢ فصاعداً، وحالياً تقدّم تقارير بعد أسبوعين تقريباً من نهاية الربع.

توضح البيانات، بشكل منفصل، نفقات السياح الإسرائيليين في الخارج (توفّر قياساً لنفقات السياحة) ونفقات المقيمين الإسرائيليين المسدّدة عبر مواقع ويب أجنبية، وكلاهما يوفران استشرافات حول التجارة المطلوبة رقمياً.

تصنّف البيانات وفقاً لشفرات فئة التاجر (MCC) - وهو تصنيف لمؤسسات الأعمال تقوم بها شركات البطاقات الائتمانية - وتتناول الأسر (البطاقات الائتمانية المتصلة بمؤسسات الأعمال مستبعدة) مع الأخذ في الحسبان، فقط، المعاملات الغائبة البطاقة (أي تلك التي تشير، بشكل أساسي، إلى عمليات شراء عبر الإنترنت، على الرغم من أنّها قد تشمل عمليات شراء عبر الهاتف أو الفاكس).

المصدر: مكتب الإحصاء المركزي الإسرائيلي.

بالإضافة إلى ذلك، لن يعكس بلد مستودع التاجر، دائمًا، البلد الذي يتموقع فيه البائع. مثلاً، تنصّ قواعد الدفع عبر Visa، وهي شبكة عالمية رئيسية للدفع بالبطاقة، على الآتي:

«على التاجر أن يستخدم مقرّ عمله الرئيسي كموقع مستودع التاجر للمعاملات الغائبة بالبطاقة - أي استخدام الموقع الثابت من حيث يوجّه مسؤولو التاجر التنفيذيون استراتيجية الكيان وعملياته وأنشطته، ويتحكمون بها، وينسقونها. لا يجوز للتاجر أن يكون له ولشركات المجموعة التابعة له سوى مقرّ عمل رئيسي واحد لا غير. في حالة مجموعة الشركات، يحدّد موقع التاجر على مستوى مجموعة الشركات (أي بصفتها كياناً واحداً). وهذا يعني أنّ على التاجر المتعدّد الجنسيات استخدام مقرّ أعماله الرئيسي كموقع للتاجر، ولا يجوز له استخدام بلد الشركة التابعة إلّا إذا كان هذا البلد مؤهلاً ليكون موقع تاجر إضافياً» (Visa، ٢٠٢١).

لهذا السبب يمكن أن تعكس المعلومات حول الموقع كما هي مسجلة في بيانات الدفع بالبطاقة هيكليات الشركة وعوامل تشويهيّة أخرى بدلاً من الواقع الجغرافي، كما هو موضح في المؤطر ٣-٢٠.

على الرغم من أنّ هذا الأمر سيثير إشكالاً عند قياس التدفّقات التجاريّة الثنائيّة، لن يكون بالضرورة مشكلة حرجة إذا كان الهدف هو مجرد تحديد مقدار الأموال التي أنفقها حاملو البطاقات في اقتصاد معيّن عبر معاملات غائبة بالبطاقة مع بائعين خارج البلاد. في هذه الحالة كل ما يهمّ هو أن يكون البائع خارج اقتصاد حامل البطاقة؛ لا يؤخذ في الحسبان بلد الإقامة المحدّد لهذا البائع في الخارج.

قد يحدث أيضاً أن يقوم حامل البطاقة في البلد «أ» بإجراء عمليّة شراء من شركة أجنبيّة في البلد «ب» تابعة لشركة يقع مقرّها الرئيسي في البلد «أ»، ومن ثمّ يكون بلد مستودع التاجر هو البلد «أ» أيضاً. هنا ستصنّف معاملة تجاريّة مطلوبة رقمياً بأنّها معاملة محليّة، وهذا غير صحيح. من المرجّح أن تخلق هذه الأمور تحديات أمام القياس في بلدان تستضيف المقرّات الرئيسيّة للشركات المتعدّدة الجنسيات و/أو لمنصّات التوسّط الرقمية.

يمكن أن تؤدّي المعاملات المنجزة عبر منصّات التوسّط الرقمية إلى تعقيدات إضافية. إذا كان كلّ من منصّة التوسّط الرقميّ والبائع النهائيّ موجودين في الخارج، ستحدّد المعاملة، في مطلق الأحوال، بأنّها تجارة مطلوبة رقمياً، وهذا صحيح. لكن قد يقوم حامل البطاقة في الدولة «أ» بعمليّة شراء من بائع هو أيضاً في البلد «أ»، ولكن من خلال منصّة توسّط رقمية يكون بلد مستودع التاجر لديها في الخارج. في هذه الحالة ستصنّف عمليّة الشراء بأنّها معاملة دوليّة بالكامل، وهذا غير صحيح. الواقع أنّه يجب ألاّ تسجّل سوى رسوم خدمات التوسّط عبر المنصّة كتجارة مطلوبة رقمياً (ومسلّمة رقمياً).

لمعالجة هذا الأمر، قد يكون من الممكن العمل مع مزوّد بيانات الدفع على عرفة المدفوعات بالبطاقة والمؤدّة إلى أشهر منصّات توسّط رقمية، من أجل معالجتها على حدة. على سبيل المثال، وفي بعض الحالات، ربّما تشير المدفوعات المجرة بالعملة المحليّة عبر منصّات توسّط رقمية مقابل خدمات مثل مشاركة الركوب، أو توصيل الطعام، أو المبيت، إلى أنّها معاملات محليّة، فيما يمكن تسجيل المدفوعات المجرة بالعملات الأجنبية ضمن التجارة المطلوبة رقمياً.

هناك قيود أخرى على المعلومات المتوفّرة في بيانات الدفع بالبطاقة، وهي أنّ شيفرة فئة التاجر قد لا توفّر وصفاً دقيقاً للمنتجات المطلوبة عندما يقدم التاجر أو المنصّة مجموعة واسعة من المنتجات. على سبيل المثال، من غير المحتمل أن تعكس شيفرة فئة التاجر المخصّصة لشركة تبيع أعتديّات (hardware) حاسوبية، وبرمجيات، وخدمات صيانة وتدريب، جميع هذه المنتجات. ٢٦

أخيراً، ثمة مشكلة شاملة تتمثّل في أنّ بيانات الدفع بالبطاقة هي في عهدة بنوك القطاع الخاصّ وشركات المدفوعات. قد يتطلّب النفاذ إلى هذه البيانات، وهو خاضع لترتيبات مناسبة حول حماية البيانات، أن تُسدّد مبالغ مقابل ذلك، وإلّا فإنّ يُتفاوض على الموضوع أو أن يشرّع لأجله. حتّى إذا كان النفاذ ممكناً، يمكن للتشريعات في بلدان ثالثة أن تؤثر على توافر بعض المعلومات، كما هي الحال بالنسبة إلى ألمانيا في المثال الوارد في المؤطر ٣-٢٠. فضلاً عن ذلك، ومع أنّه يمكن، من حيث المبدأ، تحديث التقديرات الواردة في المؤطر ٣-٢٠ بشكل متكرّر (وحتّى على أساس يوميّ)، ليس من الممكن، في هذه الحالة، تحليل السلاسل الزمنية، إذ لم تُمنح منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ حقّ النفاذ إلى بيانات المعاملات إلّا ابتداءً من العام ٢٠١٥. إنّهُ لأمر حاسم أن يكون النفاذ إلى بيانات الدفع بالبطاقة جاريّاً باستمرار كي تغدو ذات جدوى كمصدر لإنتاج إحصاءات حول التجارة المطلوبة رقمياً. في بعض البلدان تتمتّع البنوك المركزيّة بمثل هذا النفاذ - راجع، مثلاً، الإحصاءات اليومية حول البطاقات الائتمانية والحسّمية كما ينشرها البنك المركزيّ الأيرلنديّ. ٢٧

نُجمل فنقول إنّ بيئة مؤسّسية مؤاتية، وفهمًا سليماً لعمليّات الدفع والتسميات، واستخداماً واسع النطاق لبطاقات الدفع، هي من المتطلّبات الأساسيّة من أجل استخدام مناسب لبيانات بطاقات الدفع في إحصاءات التجارة (UN) وآخرون، (٢٠١٠). لدى بيانات الدفع بالبطاقة، إذا ما وُضعت في سياقها الصحيح وأمكن تدبّر المشاكل الموضحة، قدرة على تقديم وسيلة شبه مباشرة لتقدير إجماليّ إنفاق الأسر على المشتريات المطلوبة رقمياً، وكذلك لتقدير مستودعات الأسر المطلوبة رقمياً.

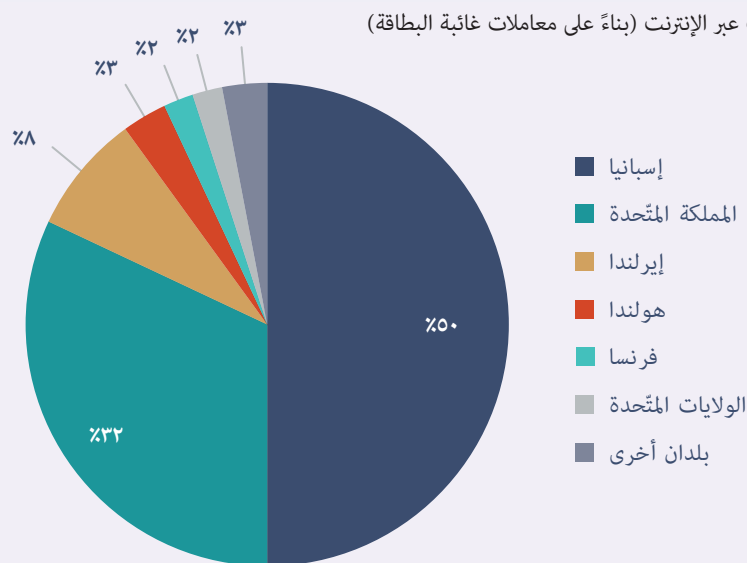
المؤطر ٣-٢٠: استخدام بيانات الدفع بالبطاقة لقياس عمليّات الشراء عبر الإنترنت العابرة للحدود في إسبانيا

يقدم ما نشأ من تعاون بين منظّمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي وبين بنك BBVA الإسباني مثلاً على استخدام بيانات الدفع بالبطاقة لاستشرف المعاملات عبر الحدود. قدّم تحليل لمعاملات الدفع بالبطاقة على يد زبائن BBVA في إسبانيا استشرافات جديدة لأنماط استهلاك المستهلكين عبر الإنترنت ومحدّدات تدفّقات الإنفاق، المحليّة منها والعابرة للحدود. المعاملات عبر الإنترنت هي معاملات غائبة البطاقة، بمعنى أنّ بطاقة الدفع ليست مستلزمة مادياً في المعاملات، مثلاً عندما يقوم الزبون بعملية شراء عبر الإنترنت بواسطة حاسوب منزليّ أو جهاز نقّال. اقتصرت البيانات المتاحة لهذا التحليل على المعاملات المجرة عام ٢٠١٥، على الرغم من أن البيانات القاعدية تسمح، من حيث المبدأ، بتكرار التحليل حتّى بوتيرة يومية.

بلغ إجماليّ عدد المعاملات المسجّلة عبر الإنترنت ٤٥,٨ مليون خلال عام ٢٠١٥، مع «قيمة إجمالية للمعاملات تبلغ عدّة مليارات من اليورو» عبر زبائن من فئتي «مؤسّسات الأعمال» و «الأفراد». عيّنة المعاملات التي خضعت للتحليل، وهي تشكّل نحو ٦٠ في المائة من إجماليّ قيمة المعاملات، استبعت الزبائن من فئة مؤسّسات الأعمال، ولكنّها شكّلت أكثر من ٩٦ في المائة من جميع المعاملات عبر الإنترنت لزبائن من فئة المستهلكين الأفراد. نحو ٥٠ في المائة من هذه المعاملات كان متّجهاً إلى الخارج، أي ما مجموعه ١١٥ دولة. تجدر الإشارة، مع ذلك، إلى أنّ التشريعات الخاصّة بكلّ بلد تمنع تحديد بلدان معيّنة في البيانات. لقد استبعت هذه البلدان من التحليل، ولكن من المحتمل أن تمثّل جزءاً كبيراً من المعاملات عبر الإنترنت. مثلاً، لا تحتوي البيانات على معاملات إلى تجار في ألمانيا.

تتركّز المدفوعات العابرة للحدود من إسبانيا، بشكل كبير، في عدد قليل من البلدان لا غير (الشكل ٣-٨)، وتمثّل بريطانيا العظمى وأيرلندا وهولندا وحدها نحو ٨٥ في المائة من المعاملات التي تشمل التجار الأجانب. يُفسّر هذا التوزيع، جزئياً، بكون البيانات تشير إلى المعاملات النقدية بدلاً من التدفّقات التجارية. وهكذا ففي كثير من الحالات سترتبط المعاملات النقدية بالموقع الجغرافي لمقرّ التجار الضريبي، ولن تشبه مسار الشحن الفعليّ.

الشكل ٣-٨: المدفوعات عبر الإنترنت من خلال استخدام بطاقات صادرة في إسبانيا، بحسب بلد المقصد، ٢٠١٥



المصدر: OECD (٢٠١٩).

٣-٣ تقدير التداخل بين التجارة المطلوبة رقمياً والتجارة المسلمة رقمياً

تُعرّف التجارة الرقمية بأنها «كلّ تجارة دولية تُطلب رقمياً و/أو تُسلم رقمياً». كما هو مبين في الفصلين ١ و ٢، استيفاء أيّ من هذين المعيارين - الطلب رقمياً أو التسليم رقمياً - يكفي لجعل معاملة تجارية معينة تجارة رقمية. وكما أوضح بمزيد من التفصيل في هذا الفصل، أيّ معاملة تجارية مطلوبة رقمياً يجب قياسها وإدراجها عند مراكمة إحصاءات خاصة بالواردات والصادرات المطلوبة رقمياً.

العديد من الخدمات المطلوبة رقمياً هي أيضاً خدمات مسلمة رقمياً. تشمل الأمثلة الاشتراكات في الوسائط الدفعية، والعديد من اشتراكات المستهلكين في الاتصالات، والمواعيد الطبية المحجوزة عبر الإنترنت، وخدمات التوسط الرقمية (راجع الفصل ٥). لذا تسجل مثل هذه المعاملات أيضاً في التجارة المسلمة رقمياً.

لا يشكل هذا التداخل المفاهيمي أية صعوبة خاصة عند مراكمة إجمالي التجارة المطلوبة رقمياً وإجمالي التجارة المسلمة رقمياً. لكنه يعني أنّ من غير الممكن الجمع بين الاثنين للحصول على إجمالي التجارة الرقمية، لأنّ هذا من شأنه أن يؤدي إلى ازدواج في العدّ. لهذا السبب يجب مراكمة قياسات الواردات والصادرات من الخدمات المطلوبة رقمياً كما المسلمة رقمياً وإدخالها في البند ٤ من نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الفصل ٢). ثمّ يُطرح هذا المبلغ عند احتساب إجمالي التجارة الرقمية لتجنّب العدّ المزدوج.

وعليه، من المهمّ العثور على مصادر بيانات يمكنها لا أن تقيس مجرّد إجمالي التجارة المطلوبة رقمياً، بل أن تعرفن الزمرة الجزئية التي هي أيضاً مسلمة رقمياً. وقد أشار هذا الفصل إلى العديد من الأمثلة الملائمة.

يُقسّم مسح الاقتصاد الرقمي في المملكة المتحدة (المؤطر ٣-٧) مبيعات التجارة الإلكترونية للشركات إلى الخارج ومشترياتها من الخارج بحسب المنتج، أي السلع، والخدمات المسلمة رقمياً، والخدمات الأخرى. ثاني هذه الفئات سيعطي تقديرًا للخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً.

راكت كندا أيضاً تقسّم القيمة الإجمالية للتجارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال بحسب أنواع المنتجات، وذلك عبر تطبيق مسح خاصّ بها حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. في العام ٢٠٢١ كان ٦٢ في المائة من إجمالي المبيعات المجرّاة عبر الإنترنت لدى شركات القطاع

الخاصّ بمبيعات سلع ماديّة، و ١٨ في المائة خدمات مسلمة رقمياً، و ٢٠ في المائة خدمات أخرى (Statistics Canada، ٢٠٢٢d). صحيح أنّ هذه المعلومات لا تشير تحديداً إلى التجارة الإلكترونية الدولية، لكنّها توفرّ أساساً لتقدير التداخل المفاهيمي بين الصادرات المطلوبة رقمياً والصادرات المسلمة رقمياً من أجل اشتقاق تقدير لإجمالي الصادرات الرقمية التي أدتها الشركات.

وعلى نحو مماثل، يمكن أيضاً لمسوح استخدام الأسر والأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تجميع معلومات حول المبالغ المنفقة على الخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً (المؤطر ٣-١١)، فضلاً عن الأرباح عبر الإنترنت من جزاء تقديم خدمات مسلمة رقمياً (المؤطر ٣-١٢).

من الممكن أن توفرّ معلومات المنتج التي تقدّمها شيفرات فئة التاجر المستخدمة في بيانات الدفع بالبطاقة، بدورها، أساساً لعرفنة المدفوعات الدولية عبر الإنترنت (الغائبة البطاقة) تسديداً لخدمات مسلمة رقمياً. مثلاً، تحتوي Visa على شيفرة فئة تاجر منفصلة لـ «الخدمات الكابلية والساتلية وغيرها من خدمات التلفزيون/الراديو/الدفقيات المدفوعة»، فضلاً عن شيفرات للتجار الذين يقدمون منتجات متنوعة «مسلمة بشاكال إلكتروني»، منها الكتب، والأفلام، والأعمال-الفنية/الصور الرقمية، والموسيقى، والألعاب، والتطبيقات (Visa، ٢٠٢١).

تعدّ معلومات المنتج اللازمة لقياس أو تقدير الزمرة الجزئية للتجارة المطلوبة رقمياً كما المسلمة رقمياً مجالاً قد يكون من المفيد فيه، بشكل خاصّ، تدميج معلومات من مصادر متعدّدة. مثلاً، يمكن أن توفرّ إنفاق الأسر مؤشراً لإنفاق الأسر على الخدمات المسلمة رقمياً، وهي ما يمكن أن يوفرّ بدوره أساساً يُشتقّ منه تقدير لحصة نفقات الأسر ضمن التجارة الإلكترونية الدولية على الخدمات المسلمة رقمياً. وعلى نحو مماثل، قد تكون المعلومات المستلّة من سجلات مؤسسات الأعمال أو من مسوح أخرى على مؤسسات الأعمال مفيدة من أجل عرفنة الشركات التي تنتج خدمات مسلمة رقمياً والتي يمكن، من ثمّ، التعامل مع مبيعات التجارة الإلكترونية لديها كمبيعات مسلمة رقمياً.

في جميع الأحوال ينبغي ربط المصادر والأساليب والفرضيات المستخدمة بعضاً ببعض لقياس أو تقدير الخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً بشكل واضح من أجل المساعدة على فهم أفضل للمستخدم والقيام بمقارنات دولية.

٤-٣ توصيات

لقد تقصّى هذا الفصل كلّاً من المصادر المسحية والمصادر غير المسحية كأساسين لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. لا توجد

٤ مقارنة واحدة يمكنها توفير قياس مباشر وكامل لجميع الصادرات والواردات المطلوبة رقمياً. غير أن ثمة أمثلة عديدة ملائمة يمكن الارتكاز عليها لتقديم التوصيات الآتية:

١ يمكن للتجارة المطلوبة الرقمية أن تشمل الشركات، والأسر، والوحدات الحكومية، وال NPISHs، كمصدرين أو كمستوردين. على مراكمي إحصاءات التجارة الرقمية تقييم مدى اندراج كلٍّ من هذه الفئات بكميات إحصائية معتبرة ضمن التجارة الرقمية، وينبغي إعطاء الأولوية لجهود القياس وفقاً لذلك. في معظم الحالات، من المرجح أن تكون المعاملات التي تشمل مؤسسات الأعمال كبايعين (مصدرين) ومشتريين (مستوردين) أكبر المكونات الفردية للتجارة المطلوبة رقمياً. في حال عدم وجود دليل على العكس، يجب أن تعطى الأولوية لهذه المعاملات في عملية القياس.

٢ يمكن لمسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال أن توفر آلية قيمة، وموجودة بالفعل في كثير من الحالات، تتيح قياس صادرات وواردات الشركات المطلوبة رقمياً. يوصى بأن تقوم مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال بتجميع قيمة إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية ومشترياتها، فضلاً عن تقسيمها إلى تجارة إلكترونية محلية، وصادرات وواردات مطلوبة رقمياً. يوصى أيضاً بتجميع معلومات حول المنتجات المعنية (مثلاً السلع، والخدمات المسلمة رقمياً، وخدمات أخرى)، لأن ذلك يوفر المعلومات المنصوص عليها في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، تعدّ عرفة الخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً أمراً بالغ الأهمية من أجل تكديس إجمالي التجارة الرقمية.

٣ يوصى بأن يتأكد القيمين على مراكمة البيانات الإحصائية من أنّ مدى تغطية مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، والأساليب والتقديرات المطبقة على الإجابات المجمعة، كافية لاشتقاق تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً تكون حسنة التمثيل لجميع الشركات. فضلاً عن ذلك، ولتعزيز القابلية للمقارنة الدولية، يجب أن تمثل مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال للإرشادات الدولية ذات الصلة، مثل دليل الأونكتاد لإنتاج إحصاءات الاقتصاد الرقمي (UNCTAD، ٢٠٢١a) ومسح الـ OECD النموذجي حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (OECD، ٢٠١٥a).

كما يُشجّع المراكمون الإحصائيون بشدة على استكشاف ما إذا كانت ثمة أسئلة ملائمة، على غرار تلك المستخدمة في استطلاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، يمكن إدراجها في صلب المسوح الرقمية على مؤسسات الأعمال، المستخدمة لاشتقاق إحصاءات بنويّة حول مؤسسات الأعمال، و/أو في مسوح التجارة الدولية بالخدمات. كما يمكن أن تكون المسوح على المؤسسات المتعددة الجنسيات آليات مفيدة لتجميع المعلومات حول الطلب الرقمي. تشجّع أيضاً الاستراتيجيات المهجنة، حيث تجمع إجماليات حسنة التمثيل لقيمة المعاملات المطلوبة رقمياً عبر استخدام مسوح رقمية على مؤسسات الأعمال، ثم تدّج مع تفاصيل تقسيمية تتيحها استطلاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال، أو مصادر أخرى حول مؤسسات الأعمال.

٥ في حال إدراج رسائل البريد الإلكتروني المنصّدة يدوياً، يوصى بقياس قيمة هذه المعاملات بشكل منفصل عن المعاملات المجرة عبر قنوات التجارة الإلكترونية. إن لم يكن ذلك ممكناً (مثلاً، بسبب العبء على المضيف)، من المستحسن على الأقل أن يُسأل المضيفون، تحديداً، عما إذا كانوا قد تلقوا طلبات، أو أجروا عمليات شراء، عبر البريد الإلكتروني، إذ سيعطي هذا الأمر مؤشراً حول رجحان الطلب عبر البريد الإلكتروني ونطاقه المحتمل ضمن المعاملات المعنية.

٦ يوصى بتصميم الاستبيانات ضمن المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال مع إرشادات إضافية أو وسائل أخرى بغية تدبّر حالات خطر الإبلاغ عن نفس المعاملة مرتين (جزئياً أو كلياً)، مثلاً بالنسبة إلى مجيئين يتلقون طلبات بالنيابة عن شركات أخرى (على سبيل المثال، مشغلي مواقع التسوق المتصلة بالإنترنت الذين ينبغي عليهم فقط الإبلاغ عن الرسوم أو العمولات المكتسبة من المبيع)، وإلى مجيئين في صناعات قد يكون فيها تطبيق مفاهيم التجارة الإلكترونية أقلّ بداهة، كالخدمات المالية.

٧ على مراكمي البيانات الإحصائية أن يسعوا أيضاً إلى قياس التجارة المطلوبة رقمياً من جانب الأسر كمشتريين (مستوردين) وبائعين (مصدرين). في غياب ذلك، يوصى بقياس إجمالي إنفاق وأرباح الأسرة من جزاء التجارة الإلكترونية (المعاملات المحلية والدولية) بغية رز مدى هذه المعاملات مقارنة بمبيعات ومشتريات التجارة الإلكترونية لدى مؤسسات الأعمال. توفر هذه المقارنة

نظرة استشرافية إلى الأهمية الاقتصادية المحتملة للواردات والصادرات المطلوبة رقمياً من جانب الأسر. الأمثل هو أن تجتمع المسوحات الأسرية أيضاً معلومات ملائمة عن المنتجات المشتراة والمباعة، إذ يمكن لهذا الأمر أن يوفر استشرافات متصلة بقياس التجارة الرقمية (على الأخص إذا كان المنتج المعني سلعة، أو خدمة رقمية، أو خدمة أخرى).

٨ يجب أن تتضمن المسوح حول السفر الأسري و/أو الدولي أسئلة تُطرح على الجيبين لعرفنة حصص نفقات المقيمين على كل ما يتصل بما طلبوه رقمياً حول المبيت وحول المكونات الأخرى (بشكل منفصل) بمناسبة أسفارهم إلى الخارج. يمكن أيضاً أن يُسأل الزوار غير المقيمين، في المسوح حول السفر الدولي، عن مشتريات مماثلة (مطلوبة رقمياً) لتلك التي أجراها المقيمون. بالإضافة إلى ذلك، وللمساعدة على تعيين سقف أقصى لصادرات خدمات المبيت التي تقدّمها الأسر المقيمة، ينبغي على المسوح المعهودة حول مداخيل الأسر أن تطرح أيضاً أسئلة حول ما قدّمته هذه الأسر من خدمات مبيت قصير الأجل ورّدها عبر منصّات توسّط رقمية.

٩ يوصى بأن يتأكد مراكمو البيانات الإحصائية من أن مدى تغطية مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالأسر، والأساليب والتقديرات المطبقة على الإجابات المجمعة، كافية لاشتقاق تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً تكون حسنة التمثيل لجميع الأسر. فضلاً عن ذلك، ولتعزيز القابلية للمقارنة الدولية، يجب أن تمثل مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالأسر للإرشادات الدولية ذات الصلة، مثل تلك الواردة في دليل الاتحاد الدولي للاتصالات لقياس نفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها (ITU، ٢٠٢٠) ومسح الـ OECD النموذجي حول نفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها (OECD، ٢٠١٥b).

١٠ يمكن لسجلات الجمارك أن تقدّم قياسات مباشرة لشحنات التجارة الإلكترونية (السلع) الملتقطة أثناء عبورها الحدود. يشجّع على وضع إطار منظّمة الجمارك العالمية لمعايير التجارة الإلكترونية موضع التطبيق، بما في ذلك الأحكام المتعلقة بعرفنة الشحنات المطلوبة عبر التجارة الإلكترونية. كما يُشجّع مراكمو البيانات الإحصائية على العمل بشكل وثيق مع سلطات الجمارك لضمان أخذ

الاحتياجات الإحصائية في الحسبان عند تصميم عمليات الإبلاغ الجمركي وتنفيذها.

١١ العديد من شحنات البضائع الدولية المنخفضة القيمة (خصوصاً تجارة الطرود)، بما في ذلك تلك التي تقلّ عن العتبات الجمركية الدنيا (أو لم تسجل بالكامل في التصاريح الجمركية)، تنجم عن طلب رقمي. لذا يمكن للبلدان أن تسعى إلى تقدير هذه المعاملات من أجل حيازة استشراف جزئي للتجارة المطلوبة رقمياً. قد يتوقّر الأساس لهذا التقدير عبر مجموعة متنوعة من المصادر، بما في ذلك، في بعض الحالات، بيانات إدارية من السلطات الجمركية توفر استمارات وعمليات مسلسلة (streamlined) لتصاريح المعاملات المنخفضة القيمة. يمكن أن توفر المعلومات التي تقدّمها وكالات النقل البريدي والبريد السريع تقديرات معتبرة، ما دام مدى تغطية مزودي هذه الخدمات عالياً وما دامت جميع وسائل النقل مغطاة بشكل حسن التمثيل، وكذلك البيانات الضريبية، في بعض الحالات.

١٢ توفر بيانات الدفع بالبطاقة إمكانية كبيرة لتقدير القيمة الإجمالية للنفقات المطلوبة رقمياً من جانب الأسر. ثمة تحديات عدّة عند تحديد ذاك الجزء من المعاملة الذي يمثل التجارة الدولية، ونوع المنتج الذي تغطيه المعاملة، ومع ذلك تشجّع البلدان على استكشاف هذه الإمكانيات لأسباب عدّة، ليس أقلّها أنّ بيانات كهذه يمكنها أن توفر طريقة فعالة من حيث التكلفة لإنتاج تقديرات عن أحد المكونات في التجارة المطلوبة رقمياً.

١٣ ينبغي تدميج المعلومات الناجمة عن مصادر مختلفة من أجل اشتقاق تقديرات للتجارة المطلوبة رقمياً تكون حسنة التمثيل لجميع الوحدات المؤسسية في الاقتصاد ككل. وفي جميع الحالات، من الضروري تسجيل المصادر المستخدمة والإبلاغ عنها، وكذلك مدى تغطية تقديرات التجارة المطلوبة رقمياً من حيث المفاهيم، وأحجام الشركات، والصناعات، وغيرها، لتمكين المستخدمين من فهم الإحصاءات بشكل صحيح ولتسهيل المقارنات الدولية.

من أجل دعم المستخدمين في اجتلاء المصادر المختلفة لقياس التجارة المطلوبة رقمياً، يقدّم الجدول ٣-٢ لمحة موجزة عن نقاط القوة والحدوديات في المصادر التي تناولها هذا الفصل.

الجدول ٣-٢: نقاط القوة والحدوديات في مصادر قياس التجارة المطلوبة رقمياً

المصدر	نقاط القوة	المحدوديات
مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال	يمكن قياس أكبر مكونين للتجارة المطلوبة رقمياً - صادرات الشركات ووارداتها في الاقتصاد المراكم. يغطي كلاً من تجارة السلع وتجارة الخدمات، ويمكن استخدامه لقياس التداخل المفاهيمي (نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية، البند ٤ - راجع الجدول ٢،١ في الفصل ٢). المسوح مصممة لضمان نتائج حسنة التمثيل ولتمييز مؤسسات الأعمال من القطاعات المؤسسية الأخرى وفقاً للتعريفات الإحصائية الملائمة. يمكن تجميع المعلومات حول المتاجرة، المطلوبة رقمياً، بالسلع كما بالخدمات ضمن المسح نفسه.	تغطي فقط المعاملات التي تتناول مؤسسات الأعمال. مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال مصممة بشكل أساسي لتجميع المعلومات حول استخدام التكنولوجيا بدلاً من المبالغ النقدية. لا تغطي بعض مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جميع الصناعات وجميع أحجام الشركات. قد تمثل تحدياً عند تدميج النتائج مع الإحصاءات الاقتصادية الناجمة عن مصادر أخرى (مثلاً، بسبب نقص المعلومات التفصيلية عن المنتج).
المسوح "الركنية" على مؤسسات الأعمال	قياس التجارة المطلوبة رقمياً مدمج في نفس المسوح المستخدمة للإحصاءات الماكرو-اقتصادية الأخرى. قد توفر مدى تغطية أكبر للصناعة/حجم الشركة وأحجاماً عينية أكبر من مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	تغطي فقط المعاملات التي تتناول مؤسسات الأعمال. يمكن أن تكون إضافة أسئلة جديدة ضمنها أكثر صعوبة من مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال أو المسوح على الشركات المتعددة الجنسيات.
المسوح على الشركات المتعددة الجنسيات	يمكن للشركات المتعددة الجنسيات أن تمثل جزءاً كبيراً من تدفقات تجارة السلع والخدمات، واستطراداً، من المرجح أن تكون الركيزة لجزء كبير من التجارة المطلوبة رقمياً. يمكن تجميع معلومات حول المتاجرة بالسلع كما بالخدمات في المسح نفسه.	تغطي فقط زمرة جزئية من مؤسسات الأعمال - لا تغطي جميع معاملات التجارة المطلوبة رقمياً. قد تمثل تحدياً عند استبعاد بعض المعاملات، مثلاً مبيعات التجارة الإلكترونية من جانب الشركات التابعة/الرديفة الموجودة في نفس اقتصاد المشتري.
مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالأسر	تنشط الأسر في التجارة المطلوبة رقمياً كمشتري وكمباعة. تغطي كلاً من تجارة السلع والخدمات، ويمكن استخدامها لقياس التداخل المفاهيمي (البند ٤ من نموذج الإبلاغ). يمكن أن تغطي كلاً من الواردات والصادرات. المسوح مصممة لضمان نتائج حسنة التمثيل ولتمييز الأسر من القطاعات المؤسسية الأخرى وفقاً للتعريفات الإحصائية الملائمة - الأمر الذي يجعل المسوح الأسرية مصدرًا مكملاً للمسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال ومتوافقاً معها.	تغطي فقط المعاملات التي تتناول الأسر. قد تجد الأسر صعوبة في الإبلاغ عن المبالغ المنفقة أوالمجتناة عبر الإنترنت، وخصوصاً في عرفنة المعاملات الدولية.
مسوح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الوحدات الحكومية و/أو NPISHs	يمكن للوحدات الحكومية والمنظمات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs) أن تكون مشتريّة وبائعة في التجارة الإلكترونية. تغطي كلاً من تجارة السلع والخدمات، ويمكن استخدامها لقياس التداخل المفاهيمي (البند ٤ من نموذج الإبلاغ). يمكن أن تغطي كلاً من الواردات والصادرات.	تغطي فقط المعاملات التي تتناول الوحدات الحكومية/NPISHs. لا تطبق المسوح حول استخدام الحكومة و/أو NPISHs لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نطاق واسع، ولا تستخدم إجمالاً لقياس الإنفاق أو المداخل بالنسبة إلى التجارة الإلكترونية/التجارة المطلوبة رقمياً.

المصدر	نقاط القوة	المحدوديات
	المسوح مصممة لضمان نتائج حسنة التمثيل ولتمييز الوحدات الحكومية/ NPISHs من القطاعات المؤسسية الأخرى وفقاً للتعريفات الإحصائية الملائمة - الأمر الذي يجعل مثل هذه المسوح مصدراً مكتملاً لكل من المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال والأسر ومتوافقاً معها.	
سجلات الجمارك	سجلات الجمارك هي مصدر البيانات الرئيسي لإحصاءات تجارة البضائع؛ لذا فإنَّ عرفة الشحنات المطلوبة رقمياً ضمن هذه السجلات من شأنه إنتاج إحصاءات متكاملة عن المتاجرة، المطلوبة رقمياً، بالسلع.	تتناول فقط المتاجرة بالسلع. تستثني السلع ما دون عتبات جمركية محددة (أي تجارة ما دون العتبات الدنيا)، وفي بعض الحالات لا توفر سوى معلومات مختزلة عن التجارة المنخفضة القيمة. سيطلب تقدير هذه القيم الاعتماد على مصادر تكميلية لتقدير جزء من تجارة ما دون العتبات الدنيا والتجارة المنخفضة القيمة، المتعلقة بالسلع المطلوبة رقمياً. تقتضي وضع الحقول والعمليات البيانية موضع التطبيق من أجل عرفة الشحنات المطلوبة رقمياً (التجارة الإلكترونية) في أنظمة الإبلاغ الجمركي.
بيانات عائدات ضريبة القيمة المضافة	يمكن لعائدات ضريبة القيمة المضافة أن توفر مصدراً جاهزاً للبيانات حول إيرادات مبيعات مؤسسات الأعمال.	في العادة تتناول فقط المبيعات (الصادرات). تغطي فقط مؤسسات الأعمال المسجلة في ضريبة القيمة المضافة. تتطلب طرقاً لعرفة الشركات التي تباع عبر الإنترنت من داخل إجمالي مجتمع الدراسة لعائدات ضريبة القيمة المضافة. قد تكون هذه الطرق غير دقيقة في عرفة الشركات التي تباع عبر الإنترنت، مثلاً عبر حذف شركات تباع عبر الإنترنت من خلال قنوات أخرى غير موقعها الإلكتروني/متجر الويب الخاص بها (مثلاً عبر مواقع التسوق المتصلة بالإنترنت أو التبادل الإلكتروني للبيانات). مدى تغطية مفرطة محتمل - قد تشمل مبيعات من خارج الإنترنت على يد شركات تمَّ تحديدها بأنها تباع عبر الإنترنت.
بيانات المدفوعات بالبطاقة	في العديد من البلدان، تعدّ البطاقات وسيلة الدفع الأساسية التي تستخدمها الأسر في عمليات الشراء عبر الإنترنت؛ غالباً ما يصاحب الدفع بالبطاقة عبر الإنترنت تقديم طلبية عبر الإنترنت. يمكن استخدام معلومات موقع التاجر لتحديد المعاملات الدولية. لذا يمكن أن توفر بيانات المدفوعات بالبطاقة بديلاً معتبراً لمعظم الإنفاق الأسري عبر الإنترنت وللتجارة المطلوبة رقمياً. قد يكون من الممكن تقسيم السلع، والخدمات، والخدمات المسلمة رقمياً، استناداً إلى شيفرات فئة التاجر.	تغطي المشتريات (الواردات) فقط. تقيس، بالوكالة، المدفوع الرقمي بدلاً من الطلب الرقمي. ليست جميع المعاملات "الغائبة بالبطاقة" مطلوبة رقمياً. لا تغطي سوى الواردات المدفوعة بالبطاقة؛ الواردات المشتراة بوسائل أخرى مستبعدة. كذلك يمكن أن تؤثر الاختلافات من بلد إلى بلد في رجحان البطاقات كوسيلة دفع للطلبات الرقمية على إمكانية المقارنة بين البلدان. من المرتقب أن تغطي المعاملات الأسرية بشكل أساسي، ولكنها قد تشمل أيضاً المدفوعات المجرة ببطاقات الشركات/مؤسسات الأعمال، أو المدفوعات المجرة بالبطاقات الشخصية لأغراض العمل. يمكن أن تعكس معلومات الموقع المسجلة في بيانات الدفع بالبطاقة هيكلية الشركة وعوامل تشويهية أخرى، بدلاً من الواقع الجغرافي. من المحتمل أن تكون تقسيمات المنتج بناءً على شيفرات فئة التاجر غير دقيقة. قد يتطلب النفاذ إلى البيانات التفاوض أو الدفع أو التشريع.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

حَوَاشٍ خَتَامِيَّة

١٦. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>.
١٧. https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/resolutions/policy-commission-resolution-on-cross_border-ecommerce_en.pdf?la=en.
١٨. <https://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/instrument-and-tools/frameworks-of-standards/ecommerce.aspx>.
١٩. https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/e-commerce-compendium_en.pdf?db=web.
٢٠. قد تميّز بعض البلدان بين العتبات الجمركية والعتبات الإحصائية. في مطلق الأحوال، يُشجّع المراكمون على تقدير التدفقات التي تقع ما دون هذه العتبات، وإلا فتكميمتها، لضمان مدى تغطية شامل لإحصاءات تجارة البضائع.
٢١. لاحظ في هذا القسم أنّ تقديرات «العتبة الدنيا» المشار إليها أعلاه يمكن أن تعكس العتبات التي تستخدمها فعلاً وكالات الإحصاء لتقدير تجارة الطرود الصغيرة (العتبات الإحصائية)، لا قيمتها بموجب القانون كما حدّدها سلطات الجمارك (العتبات الجمركية). مثلاً، في الولايات المتحدة، تبلغ العتبة الدنيا الجمركية 800 دولار أميركي، أي ثلث ما يعتمد مكتب التعداد الأميركي لتقدير تجارة الطرود الصغيرة. راجع أيضاً Global Express Association، حيث العتبات الدنيا المحدثة للجمارك وضريبة القيمة المضافة - https://global-express.org/assets/files/Customs%20Committee/de-minimis-GEA%20overview%20on%20de%20minimis_9%20March%202018.pdf.
٢٢. البلدان التي لا تُنتج تقديرات للتجارة ما دون العتبات الدنيا غالباً ما تشير إلى وجود محدوديات في بيانات المصدر أو تعتبر هذه التدفقات غير مهمة.
٢٣. وُجد مسح حول المتسوقين عبر التجارة الإلكترونية أجرته مؤسسة البريد الدولية (International Post Corporation) أنّ 80 في المائة من البضائع المشتراة عبر الإنترنت للتوريد الدولي خلال عام 2021 كانت قيمتها أقل من 100 يورو، راجع <https://www.ipc.be/services/markets-and-regulations/cross-border-shopper-survey/2021>.
٢٤. https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/new-form-customs-declaration-low-value-consignments-2019-07-11_en.
٢٥. <https://www.census.gov/foreign-trade/guide/sec2.html#143>.
٢٦. تستخدم شركات بطاقات الدفع الرئيسية شيفرات فئة التاجر لتحديد نوع النشاط التجاري الذي يُقبل عليه التاجر. راجع، على سبيل المثال، <https://www.citibank.com/tts/solutions/commercial-cards/assets/docs/govt/Merchant-Category-Codes.pdf>.
٢٧. <https://www.centralbank.ie/statistics/data-and-analysis/credit-and-debit-card-statistics>.
١. الإكسترانت هو شبكة مغلقة تستخدم بروتوكولات الإنترنت لتشاطر معلومات بشكل آمن بين مؤسسة الأعمال وبين الموردين أو البائعين أو الزبائن أو شركاء الأعمال الآخرين. من الممكن أن يتخذ الإكسترانت شكل امتداد آمن لشبكة إنترنت تسمح للمستخدمين الخارجيين بالنفاذ إلى بعض أجزاء شبكة الإنترنت الخاصة بالمؤسسة. كما يمكن أن يكون جزءاً خاصاً من موقع الويب الخاص بالمؤسسة، ويمكن لشركاء الأعمال النفاذ إليه بعد استيثاق عبر صفحة تسجيل الدخول (UNCTAD، 2021a).
٢. تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) هو إرسال بيانات الأعمال من حاسوب إلى حاسوب - مثل طلبات الشحن، وطلبات الشراء، والفواتير، وطلبات عروض الأسعار - بشاكل إلكتروني ومعايير متفق عليها. تحرّر الرسائل وتعالج من دون تدخل بشري، بحيث تزداد سرعة معالجة الطلبات وتنخفض نسبة الأخطاء. يُستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات في مجموعة متنوعة من الصناعات، منها صناعات الأغذية، وتجارة المفرق، والخدمات اللوجستية، والتصنيع، من أجل تدبّر سلاسل التوريد الدولية بفعالية (مثلاً تدبّر المخزون في الوقت المطلوب).
٣. https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_BUS.
٤. https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_HH2.
٥. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/database>.
٦. https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=ICT_BUS.
٧. <https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
٨. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/coreindicators/default.aspx>.
٩. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/intlcoop/partnership/default.aspx>.
١٠. «المبيعات من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات: تنشأ من نظام الأعمال الخاص بالزبون رسالة استصدار من نوع التبادل الإلكتروني للبيانات» (Eurostat، 2021b).
١١. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_EVALS__custom_5510498/default/table?lang=en.
١٢. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_EC_EVALN2__custom_5510351/default/table?lang=en.
١٣. https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Instr.pl?Function=assembleInstr&lang=en&Item_Id=1317562.
١٤. الإرشادات بشأن مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالأسر مفروشة في (2020) ITU و (2015b) OECD وفي مسح الاتحاد الأوروبي حول استخدام الأسر والأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (<https://circabc.europa.eu/ui/group/89577311-0f9b-4fc0-b8c2-2aaa7d3ccb91/library/d3c29c57-2ce2-439d-af80-b74ff8f5b73>) وفي الدليل المنهجي المرتبط به (<https://circabc.europa.eu/ui/group/89577311-0f9b-4fc0-b8c2-2aaa7d3ccb91/library/3e098987-039b-402a-b925-f3c9cb0c5059>).
١٥. على الرغم من أهمية التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) في التجارة الإلكترونية بالنسبة إلى مؤسسات الأعمال، فهو لا يُستخدم في طلبات المستهلك الفرد، ومن هنا أنّه غير مناسب للأسر.



٤- التجارة المسلّمة رقمياً

يعرّف هذا الفصل التجارة المسلّمة رقمياً بأنّها «جميع المعاملات التجارية الدولية التي تُسلّم عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية». يعرفن الفصل مصادر البيانات التي يمكن استخدامها لتجميع المعلومات حول التجارة المسلّمة رقمياً، موصياً على نحو خاصّ بتجميع البيانات عبر المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال.

٤-١ مقدمة

التجارة المسلمة رقمياً، بحسب تعريفها في هذا الكتيب،

هي

«جميع المعاملات التجارية الدولية التي تُسلم عن بُعد عبر

الشبكات الحاسوبية.»

على غرار التجارة المطلوبة رقمياً، يمكن أن تشمل التجارة المسلمة رقمياً مشاركين من جميع القطاعات المؤسسية، وأن تغطي عمليات التسليم عبر الإنترنت (بما في ذلك عبر الأجهزة النقالة) وعبر شبكات خاصة (مثلاً، عبر شبكة خارجية أو أكسترانت).^١ يتبنى هذا الكتيب العُرف القائل بأن الخدمات وحدها يمكن تسليمها رقمياً.

على عكس الطلب الرقمي، وهو فوري، يمكن للتسليم الرقمي أن يمتد في الزمن لفترة غير قصيرة وأن ينطوي على درجة كبيرة من التفاعل بين الأشخاص. لا تعرف الخدمات المسلمة رقمياً من خلال غياب تام للتفاعل بين شخص وشخص أثناء توريد الخدمة، ولكن عندما تحدث مثل هذه التفاعلات، فعن بُعد وعبر الشبكات الحاسوبية. بهذا المعنى يغدو نطاق التقنيات المتصلة بالتسليم الرقمي أوسع من نطاق خدمات الطلب الرقمي؛ فالواقع هو أن التجارة المسلمة رقمياً تشمل الخدمات عبر مكالمات الفيديو ورسائل البريد الإلكتروني المنضدة يدوياً، فضلاً عن المكالمات الصوتية ورسائل الفاكس وأية أجهزة اتصال رقمية أخرى، وعبر الشبكات السحابية.^٢

بالنسبة إلى المعاملة التجارية التي تجرى عبر تفاعلات متعددة (مثلاً، قد ترسل شركة معمارية معلومات عبر البريد الإلكتروني وتلتقي أيضاً مع زبون لمناقشة مشروع ما) أو على أساس مستمر (مثل خدمات التوسط أو التأمين)، ما يقرّر ما إذا كانت المعاملة مسلمة رقمياً أو غير مسلمة رقمياً هو طبيعة التسليم عند الإتمام (accrual basis) وفقاً لكيفية تنفيذ عقد الخدمة خلال الفترة الإحصائية.

على المستوى العملي، من المحتمل أيضاً أن تكون حصّة كبيرة من الخدمات المسلمة رقمياً، خصوصاً المنتجات القابلة للتنزيل والدقّية، كالبرمجيات، وموادّ الموسيقى والفيديو، والكتب الإلكترونية، خدمات مطلوبة رقمياً. بالرغم من ذلك ليست كلّ معاملات الخدمات المسلمة رقمياً مطلوبة رقمياً. فالعديد من المعاملات الواسعة النطاق حول خدمات مسلمة رقمياً ما بين الشركات وداخل الشركات تندرج في هذه الفئة. أحد الأمثلة على ذلك هو شراء شركة لخدمات اتصالات أو خدمات تعلّم إلكتروني، إذ يتمّ التفاوض على ميزاتها وأسعارها شخصياً، ويبرم الاتفاق «على الورق» بين مديري الشركة ومزوّد الخدمة قبل التسليم الرقمي عبر الأقسام المختلفة في الشركة.

ثمة أمثلة على معاملات تسليم رقمي مختلفة في الملحق «ب»، تصاحبها إرشادات خاصة لإدخالها في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية المنصوص عليه في الفصل ٢.

تميل مقاربات القياس إلى التركيز على جميع تقديرات منفصلة لإجماليّ التجارة المطلوبة رقمياً وإجماليّ التجارة المسلمة رقمياً. لكنّ كون بعض الخدمات المسلمة رقمياً هي أيضاً مطلوبة رقمياً يخلق تداخلاً بين هذين المكوّنين، لذا فإنّ إضافة الحاصلين واحداً إلى الآخر بلا تصويب من شأنه، بسبب هذا التداخل المفاهيمي، أن يؤدي إلى تقدير مفرط لإجماليّ التجارة الرقمية. لتجنّب خطر العدّ المزدوج، يتضمّن نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الفصل ٢، الجدول ٢-١) بنداً منفصلاً للخدمات المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً، ويتمّ طرح قيمته عند احتساب الإجماليّ. لمزيد من المعلومات حول قياس قيمة التجارة المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً، راجع الفصل ٣، القسم ٣-٣.

٤-٢ مصادر قياس التجارة المسلمة رقمياً

تتضمّن مطلق معاملة تجارية مسلمة رقمياً طرفين رئيسيين: المشتري والبائع. قد يشغل هذين الدورين أيّ ثنائيّ ممكن من الشركات أو الأسر أو الهيئات الحكومية أو المؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر (NPISHs).

كما تتضمّن بعض المعاملات المسلمة رقمياً وجود منصّة توسّط رقمية (DIP) تعمل وسطاً بين الطرفين. في الغالب يقوم دور المنصّة على تسهيل التسليم الرقمي عبر توفير الأدوات اللازمة المتصلة بالإنترنت للمشتري والبائع. مثلاً، غالباً ما توفّر خدمات الرعاية الصحية عن بُعد ميزات تتيح قيام استشارات عبر الإنترنت بشكل مباشر. راجع الفصل الخامس حول قياس المعاملات المنطوية على منصّات توسّط رقمية.

لا يوجد مصدر بيانات واحد يقدّم قياساً شاملاً للتجارة الرقمية في الاقتصاد بأكمله. يوضح الشكل ٤-١ المصادر المحتملة للبيانات حول التجارة المسلمة رقمياً بحسب القطاع المؤسسي واتّجاه التجارة (صادرات أو واردات) وفقاً لنموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية الموضح في الفصل ٢. ولما كان من المرتقب أن يكون لدى عدد قليل من البلدان كلّ مصادر البيانات المحتملة هذه، فإنّ أحد الأغراض المفتاحية للشكل ٤-١ دعم المراكمين في عرفة المصادر المحتملة لديهم وتقصّي مدى التغطية التي تتيحها هذه المصادر فردياً وجمعياً. كما تنبئ الرموز المرجعية للأقسام، الواردة في الشكل ٤-١، أين يمكن العثور على مزيد من التفاصيل حول كلّ مصدر في هذا الفصل، بينما يفرش الجدول ٤-٦ نظرة عامة مكّلة لما تنطوي عليه مصادر البيانات هذه من نقاط قوة ومحدوديات على صعيد قياس التجارة المسلمة

المعاملات بشكل منفصل، وهي غالباً زهيدة من حيث القيمة على المستوى الفردي، من خلال مسوح أسرية أو لدى «نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية» (ITRS) الخاص بالبلد، بحسب العتبات المعتمدة في الإبلاغات.

كما هو موضح في الشكل ٤-١، سيكون من الضروري تدميج معلومات من مصادر مختلفة للحصول على إحصاءات تمثل الاقتصاد بأكمله. قد يساعد الربط بين البيانات المتوفرة من مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات وبين الإجابات المتوفرة من مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال على عرفة كل من الشركات المصدرة التي تقوم على الأقل ببعض عمليات التسليم الرقمية، والشركات التي استوردت على الأقل بعض الخدمات المسلمة رقمياً (أو لتقدير المِثلان الخاص بشركة تجارية ذات سمات معينة نحو تأدية أي منهما).

رقمياً. يمكن للمصادر غير المسحقة للبيانات أن تتيح تجنّب التكلفة والعبء المرتبطين بالمسوح، لكنّها قد تستلزم تنازلات بشأن مدى تغطية الوحدات المؤسسية أو التدفقات التجارية، أو بشأن توافر بنود الإبلاغ، أو بشأن التماسي مع مفهوم التسليم الرقمي.

بما أنّ التجارة المسلمة رقمياً هي زمرة جزئية من معاملات تجارة الخدمات، تعدّ مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITS)، الموجودة بالفعل في بلدان عدّة، نقطة انطلاق طبيعية لقياس التجارة المسلمة رقمياً (UN وآخرون، ٢٠١٠b). لكن فيما مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات هي مصدر فعال لقياس التجارة الرقمية لدى مؤسسات الأعمال، يمكن للأسر أيضاً أن تشتري (تستورد)، مباشرة من الخارج، خدمات رقمية قابلة للتسليم (مثلاً عبر فيديوهات أو موسيقى دقّية). يمكن التقاط هذه

الشكل ٤-١: القطاع المؤسسي والتغطية المفاهيمية لمصادر التجارة المسلمة رقمياً

المصدر	مؤسسات الأعمال				الأسر				إجمالي القطاعات المؤسسية			
	مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات ^١		مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال ^{٢-١}		المسوح الأسرية ^٣		مسوح السفر ^٤		نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية (ITRS) ^٥		بيانات ضريبة القيمة المضافة ^٦	
الرمز المرجعي للقسم	٢-٤-٤	٢-٤-٤	٢-٤-٤	٢-٤-٤	٣-٥-٤	٣-٥-٤	المؤطر ٣-٤	١-٥-٤	٢-٥-٤			
الصادرات (X) / الواردات (M)	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M	X	M
التجارة المسلمة رقمياً												
منها: عبر منصات التوسط الرقمية												
التجارة المطلوبة رقمياً والمسلمة رقمياً												
الخدمات القابلة للتسليم رقمياً												
عنوان تفسيري:	تغطية جزئية / تماشٍ مفاهيمي (راجع الملاحظات)											
	تغطية كلية / تماشٍ مفاهيمي (وفقاً لتصميم المسح)											

١ تستثنى الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والتي قد يتم استهلاكها أثناء السفر (توريد خدمة من النمط ٢)

٢ يمكن استخدام مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال لتجميع بنود الإبلاغ هذه، لكنّ تصميم العينة قد يكون أقلّ ملائمة لتوفير قياسات التدفقات التجارية من مثيلة في مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات. من الناحية العملية، قد يكون من الأفضل التدميج بين التفاصيل المجمعة من مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبين القيم التجارية المجمعة من مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات.

٣ يمكن للأسر/الأفراد الإبلاغ عن الإنفاق على الخدمات المسلمة رقمياً، لكنهم قد يواجهون صعوبة كبيرة في تمييز المعاملات الدولية من غيرها.

٤ تغطي حصراً الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والتي قد يتم استهلاكها أثناء السفر (توريد خدمة من النمط ٢)

٥ عملياً، من المرتقب أن يكون نظام ITRS مفيداً في قياس المعاملات التي تشمل الشركات الكبيرة والمعروفة بأنّها، بصفة غالبية، توفر خدمات مسلمة رقمياً (بل مفيداً، في الواقع، لعرفنة مثل هذه الشركات الكبيرة بغية استهدافها الممكن عبر آليات تجميع أخرى). أحد أسباب هذا الأمر هو أنّ النظام يسمح بتطبيق العتبة الدنيا لقيمة المعاملة، فلا يتمّ الإبلاغ عن معاملات تقع دون هذه العتبة.

٦ تغطي واردات الخدمات الخاضعة لضريبة القيمة المضافة.

ملاحظة: يشير الرمز المرجعي للقسم إلى المكان الذي يمكن أن تستقى منه تفاصيل إضافية حول كل مصدر وارد في طيات هذا الفصل.

المصدر: UNCTAD ، OECD ، IMF ، و WTO.

وبما أنّ إجماليّ واردات وصادرات هذه الشركات معروف عن طريق مصادر تجارة الخدمات، يمكن تطبيق المعلومات الإضافيّة المستجمّة من مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو من مصادر مناسبة أخرى، لتقدير ذاك الجزء من التدفّقات التجارية المسلّم رقمياً.

كخطوة أولى نحو مراكمة تجارة الخدمات المسلّمة رقمياً، يوصي هذا الفصل بقياس الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (القسم ٤-٣). ثمّ يبيّن القسم ٤-٤ على هذا الأساس عبر استعراض موجز لاستخدام تقديرات اجتهادات الخبراء وقياسات المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال، بما في ذلك مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، للتركيز على ذاك الجزء من تجارة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً الذي سلّم بالفعل رقمياً. يعطي القسم ٤-٥ لمحة عامّة عن المصادر الأخرى، كما يقدّم القسم ٤-٦ توصيات لتجميع إحصاءات متّصلة بتجارة الخدمات المسلّمة رقمياً، وجدولاً يلخّص نقاط القوّة والحدوديات الخاصّة بالمصادر المختلفة.

٤-٣ الخدمات القابلة للتسليم رقمياً

بعكس إمكانيّة طلب جميع أنواع السلع والخدمات رقمياً، لا يمكن تسليم أيّ سلعة ولا بعض الخدمات رقمياً. بهذا المعنى، جزء من الخدمات، حصراً، هو من المنتجات القابلة للتسليم رقمياً. لذا فإنّ الخطوة الأولى لقياس التجارة المسلّمة رقمياً هي عرفنة الخدمات التي يمكن تسليمها عبر الشبكات الحاسوبية (غالباً الإنترنت) عند كتابة هذا التقرير - ويشار إليها باسم «الخدمات القابلة للتسليم رقمياً».

ثمّة خدمات عدّة لا تكون عمليّة إلّا إذا تدوولت دولياً (أو هي ممكنة الوجود بمقدار ما هي متداولة) لأنّ التسليم الرقميّ يمكن استخدامه لرأب المسافة المادّية بين منتج الخدمة ومستهلكها. مثلاً، لن يكون من الممكن توفير أغليبيّة خدمات التعلّم عن بُعد عبر الحدود من دون تسليم المحتوى التعليمي، والامتحانات، إلخ، عبر الإنترنت.

في بعض الحالات، وعلى الرغم من وجود التكنولوجيا اللازمة لتسليم خدمة معيّنة رقمياً على نطاق دولي، من الممكن الاستمرار في تسليمها مادّياً. لذا قد يكون تسليم بعض فئات الخدمات، عند تداولها دولياً، مزيجاً من التسليم الرقميّ وغير الرقميّ. مثلاً، تتيح الشبكات الحاسوبية ليس فقط استشارات دولية عن بُعد حول الرعاية الصحيّة، وراديولوجيا عن بُعد، وآراء ثانية عن بُعد، عندما تكون التداخلات المادّية أقلّ أهميّة، بل كذلك التسليم الرقميّ لخدمات صحيّة أكثر تقدّماً، كالجراحة عن بُعد، حيث لا يزال ثمّة مكوّن مادّي قويّ يتمّ تسليمه. تجدر الإشارة أيضاً إلى أنّه، على الرغم من إمكانيّة اعتبار خدمة من الخدمات قابلة للتسليم رقمياً بناءً على معطيات التكنولوجيا

الحاليّة، لن يكون تسليمها ممكناً إن لم تكن التكنولوجيا الخاصّة بها متاحة لكلّ من مورّدها ومستهلكها.

مع أخذ هذه التحذيرات في الحسبان، يحدّد الجدول ٤-١ قائمة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً، أي الخدمات التي يمكن تسليمها عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية. وهو يُدغم ويبيّن على قائمة «الخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» التي عرفنها «فريق عمليّات الأونكتاد المعنيّ بقياس المتاجرة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» (TGServ) في العام ٢٠١٥،^٣ وهي القائمة التي قيّمت توصيفات الإصدار ٢٫١ من تصنيف الأمم المتّحدة المركزيّ للمنتجات (CPC Ver 2.1)، وتوصيفات التصنيف الموسّع لخدمات ميزان المدفوعات (EBOPS ٢٠١٠)، عبر مقارنتها بتعريف الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات («منتجات الخدمات المسلّمة عن بُعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات»، حيث «شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» هي تعبير مرادف لـ «الشبكات الحاسوبية»).

لقد أُدرجت عدّة فئات إضافيّة من الخدمات نظراً إلى إمكانيّة تسليمها رقمياً، وتحديدًا «الخدمات الصحيّة» و «الخدمات التراثيّة والترفيهيّة» (مثلاً، خدمات المقامرة). كذلك، تشمل «الخدمات المتّصلة بالتجارة» الرسوم المدفوعة مقابل خدمات توسّط توفّرها منصّات التوسّط الرقمية (من بين خدمات توسّط أخرى). الإشارتان الواردتان في الجدول ٤-١ إلى «النمط ١» و «النمط ٢» تحيلان إلى نمطين من التوريد وارين في الاتفاقية العامّة للمتاجرة بالخدمات (GATS)، على النحو المبين في المؤطر ٢-٢ من الفصل ٢.

الخدمات الرقمية بحكم طبيعتها، مثل تنزيلات البرمجيات، وخدمات الحوسبة السحابيّة، ووسائط الدققيّة، والألعاب عبر الإنترنت (بما في ذلك شراء «العقارات» أو «الأصناف» الافتراضية من مساحات متّصلة بالإنترنت كمثال تلك الموجودة في ألعاب أو في Metaverse)، وخدمات الاتصالات الرقمية وطواقم البيانات (عند تداولها كمنتجات)، مسجّلة بشكل أساسيّ في بابيّ «الخدمات السمعية والبصريّة والخدمات المتّصلة» و «خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات». خدمات التوسّط الرقمية مدرجة في باب «الخدمات المتّصلة بالتجارة».

تشمل فئات الخدمات الأخرى المدرجة عدّة أنشطة يتمّ فيها استبدال التفاعلات الشخصية بتفاعلات عبر الإنترنت (مثلاً، عبر المكالمات الصوتية/المرئية أو الرسائل المنصّدة يدوياً) و/أو استبدال تسليم المستندات المادّيّ بتسليم مُخرجات رقمية (مثلاً ملفّات رقمية). من الأمثلة التوضيحية على ذلك «الخدمات القانونيّة» (المسجّلة في باب «الخدمات المهنيّة وخدمات الاستشارات التدبيريّة») و «خدمات التعليم» (التعلّم الإلكتروني) و «الخدمات الصحيّة» (الرعاية الصحيّة عن بُعد).

الجدول ٤-١: الخدمات القابلة للتسليم رقمياً وفقاً لتصنيف "الخدمات الموسعة" في ميزان المدفوعات ٢٠١٠ (EBOPS ٢٠١٠)

المكونات بحسب ٢٠١٠ EBOPS	المكونات في SDMX-BOP DSD ^٤	الخدمات القابلة للتسليم رقمياً وموردة عبر الحدود (النمط ١)
6	SF	خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية
7	SG	الخدمات المالية
8	SH	رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر
9	SI	خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات
10.1	SJ1	خدمات الأبحاث والتطوير
10.2	SJ2	الخدمات المهنية وخدمات الاستشارات التدريبية
10.3.1	SJ31	الخدمات المعمارية والهندسية والعلمية وخدمات تقنية أخرى
10.3.4	SJ34	الخدمات المتصلة بالتجارة
10.3.5	SJ35	خدمات الأعمال الأخرى غير المذكورة في مكان آخر
11.1	SK1	الخدمات السمعية والبصرية والخدمات المتصلة بها
11.2.1	SK21	الخدمات الصحية
11.2.2	SK22	خدمات التعليم
11.2.3	SK23	الخدمات الترفيهية والترفيهية
مسجلة ضمن البند ٤ (السفر)	مسجلة ضمن البند SD (السفر)	الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والمستهلكة خارج البلاد (النمط ٢)

ملاحظة:

العناصر المدرجة ضمن "SDMX BOP DSD" تشير إلى شيفرات تعريف هيكلية البيانات المستخدمة لعناصر EBOPS ٢٠١٠ (راجع أيضاً https://sdmx.org/?page_id=1747)

لتسهيل التعرف على الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والمستهلكة خارج البلاد (النمط ٢) والمسجلة في بند "السفر" (SD)، يوصى بأن تستخدم البلدان تقسيم "السفر" بحسب المنتج لا بحسب المقصد (راجع المؤطر ٤-٣).

في الملحق "ج" نسخة موسعة من الجدول ٤-١.

المصدر: UNCTAD، OECD، IMF، و WTO.

هناك حالات عدّة يتم فيها تقديم الخدمة بصيغة تقرير، أو تصميم، أو تخطيط، أو ما شابه. تشمل الأمثلة خدمات المحاسبة لمؤسسات الأعمال، وخدمات التدبير الاستشارية، وخدمات الأبحاث والتطوير، والخدمات المعمارية. في الماضي كانت تسلم كأصناف مادية، أما الآن فيمكن تسليمها كملفات رقمية تُنقل عبر شبكات حاسوبية. وقد أدّت هذه الخطوة، في الواقع، إلى العديد من الابتكارات والتطورات: مثلاً، قد يقدم المهندس المعماري الآن «توأماً رقمياً»^٥ بدلاً من (أو بالتزامن مع) مخطّط أو تصميم معماري للمبنى. وتلعب ملفات التصميم أيضاً دوراً حاسماً في التجارة المتصلة بالطباعة الثلاثية الأبعاد (راجع المؤطر ٤-٢).

في بعض الحالات نجد أنّ بعض الخدمات التي كانت تورّد في السابق بشكل أساسي من خلال تفاعلات شخصية باتت الآن ممكنة الحياة وموردة عبر واجهات بينية متصلة بالإنترنت. لذا فإنّ المعاملات في معظم خدمات التأمين (ولا سيما الخدمة الركبنة حول تدبير المخاطر) والخدمات المالية (مثل توفير السيولة وتحويلها، وتدبير المخاطر، والتعهد بالتغطية، ومسك السجلات، والمدفوعات) صارت مشمولة ضمن التجارة المسجلة رقمياً، على الرغم من أنّ الخدمة المسجلة هنا ليست محدّدة من خلال قابليتها للتسليم رقمياً. يتقصى المؤطر ٤-١ بشكل أخصّ المال النقال والتجارة الرقمية.

على الرغم من أنّ بعض الفئات الخدميّة الإضافيّة يمكن أن تشمل مكوّنات مسلمة رقمياً، كخدمات التصنيع، أو خدمات التصليح والصيانة، أو البناء، تبقى هذه الأنشطة مادّيّة بحكم طبيعتها. وحيث إنّ قيمة المعاملات المسلمة رقمياً من المرتقب أن تكون منخفضة بشكل عامّ مقارنة بالقيمة الإجماليّة المسجّلة لفئات الخدمات هذه، لم تُدرج في قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً كما يبيّنها الجدول ٤-١. ٦ فضلاً عن ذلك، لا تدرج العرابين غير القابلة للاستبدال (NFTs - أي السجّلات الرقمية المستضافة على سلسلة-كُتل «بلوكشين» (blockchain) والمرتبطة بأصل رقمي أو مادّي) ٧ ضمن قائمة EBOPS ٢٠١٠ للخدمات القابلة للتسليم رقمياً، كما يتّضح في الجدول ٤-١.

يوصى بأن تستهدف جهود قياس التجارة الرقمية، أولاً، فئات الخدمات المدرجة في الجدول ٤-١. لهذه المقاربة مزيّة الحفاظ على نطاق الخدمات المتصلة بالتجارة المسلمة رقمياً كزمرة جزئية من تلك المحددة بأنّها متصلة بتوريد خدمات عبر الحدود (النمط ١) (UN وآخرون، ٢٠١٠a). هذا الأمر مهمّ

لأنّ الجزء الأكبر من التجارة المسلمة رقمياً محكوم عليه بأن يكون توريداً عبر الحدود (أي النمط ١، المتصل بالتوريد عن بُعد)، بمعنى أنّ مورّد الخدمات ومستهلكها يقعان في اقتصادات الإقامة الخاصّة بكلّ منهما. كما يُقرّ الجدول ٤-١ بأنّ من الممكن أيضاً استهلاك خدمات قابلة للتسليم رقمياً في الخارج. ينشأ هذا الأمر عندما تسلم الخدمات رقمياً من منتج إلى مستهلك زائر من بلد آخر (أي النمط ٢، «الاستهلاك في الخارج»). ينطبق هذا المثال عندما يمرض شخص ما أثناء السفر إلى الخارج، ولديه استشارة رعاية صحيّة عن بُعد مع طبيب مقيم في البلد الذي يزوره. صحيح أنّ مثل هذه المعاملات ليست مميّزة على حدة في معظم مصادر البيانات التجاريّة، لكنّ قياس استهلاك الخدمات المسلمة رقمياً خارج البلد الأمّ يبقى محلّ تقصّر جارٍ على قدم وساق (راجع المؤطر ٤-٣).

رغم كلّ ذلك، تشجّع البلدان على تقييم مدى تلاؤم التسليم الرقمي مع فئات خدمات أخرى، ومن المرغوب إجراء أبحاث واختبارات لقياس هذه الفئات كقاعدة لتوسيعات محتملة

المؤطر ٤-١: المال النقال والتجارة الرقمية

المال النقال هو وسيلة رقمية للتبادل وتخزين القيمة يوردها، عادةً، مشغّل شبكة نقالة (MNO). بخلاف الخدمات المصرفيّة النقالة والمحافظ النقالة، وهي مرتبطة بحسابات مصرفيّة تقليديّة، يتيح المال النقال النفاذ إلى خدمات مالية عبر هاتف نقال فقط (Carcel-Villanova و Shirono، Das، Fan، Chhabra، ٢٠٢١).

يستخدم المال النقال بشكل عامّ في معاملات التحويلات الشخصية، ولكن يمكن استخدامه أيضاً لدفع تكاليف توفير السلع والخدمات عبر الحدود.

ستشمل معاملة مبطيّة في المال النقال عدّة جهات فاعلة: المشتري/المقدّم، البائع/المستلم، الـ MNO للمشتري/المقدّم والـ MNO للبائع/المستلم (الأخيران ربّما يكونان الكيان نفسه). فضلاً عن ذلك، يقوم وكلاء المال النقال المحليّون، في العادة، بتحويل الأموال النقدية إلى ائتمان في بلد المشتري/المقدّم، وتحويل الائتمان إلى أموال نقدية من جديد في بلد البائع/المستلم. في العادة يفرض كلّ من مشغلي الشبكات النقالة ووكلاء المال النقال المحليّين رسوماً مقابل خدماتهم.

إذا استُخدم مال نقال في سياق معاملة استيراد (أو تصدير)، هذا لا يعني أنّ المنتج المستورد (المصدّر) مطلوب رقمياً أو مسلم رقمياً، لأنّ وسائل الدفع لا تحدّد ما إذا كانت معاملة ما رقمية.

رغم ذلك تسجّل مدفوعات الرسوم إلى الـ MNO وما بين الـ MNOs كمجارة دولية بالخدمات إذا كان المشتري/المقدّم مقيماً في اقتصاد مختلف عن اقتصاد الـ MNO، أو إذا كان أحد الـ MNOs يدفع رسوماً لشركة MNO أخرى في اقتصاد مختلف عندما يكون أطراف الصفقة مقيمين في اقتصادات مختلفة. ينطبق هذا الأمر بغضّ النظر عما إذا كان الحدث المعنيّ هو معاملة تجارية، أو مدفوعة تحويل، أو معاملة محلّية. هذه الرسوم هي مدفوعات لقاء خدمات مالية تقدّمها شركات اتصالات (MNOs)، ويجب تسجيلها كتجارة خدمات مسلمة رقمياً. أجريت مسوحات تجريبية لتسجيل هذه الخدمات خلال العامين ٢٠١٧-٢٠١٨ في أوغندا وبوتسوانا والفيليبين (Bank of Uganda، ٢٠١٨).

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

المؤطر ٤-٢: الطباعة الثلاثية الأبعاد والتجارة الرقمية

تنطوي الطباعة الثلاثية الأبعاد على تحميل ملف تصميم ثلاثي الأبعاد في ماكينة قادرة على استخدام البلاستيك، أو الراتنج، أو الباطون، أو المعدن، أو مواد أخرى، لطباعة بنى ثلاثية الأبعاد في طبقات منضافة واحدة فوق الأخرى (من هنا جاء المصطلح البديل «التصنيع الإضافي»).

إن عمل الطباعة الثلاثية الأبعاد هو فعل مادي بطبيعته، ولا يختلف عن الطباعة الثنائية الأبعاد أو، في الواقع، عن عمليات التصنيع المختلفة التي تترجم فيها الماكينات تصميمًا رقميًا إلى مخرجات مادية (مثلًا، استخدام ماكينات مسيرة بتحكم حاسوبي رقمي لأتمتة إنتاج قطع الغيار من الخشب، أو المعدن، أو البلاستيك، أو الزجاج، إلخ). تورّد خدمات الطباعة ماديًا، لا رقميًا، والأشياء الناتجة منها هي سلع مادية.

رغم كل ذلك، يلعب التسليم الرقمي دورًا مهمًا في الطباعة الثلاثية الأبعاد. فملفات التصميم التي تحتوي على الإرشادات إلى الطباعة الثلاثية الأبعاد حول كيفية وضع طبقات المواد لبناء الكائن يمكن تداولها دوليًا بسهولة عبر الإنترنت. بعض الخدمات عبر الإنترنت تقدّم ملفات تصميم جاهزة للتنزيل مقابل بدل مدفوع - على غرار الخدمات التي تقدّم صورًا أو مستندات للبيع بشكل رقمي. يجب تسجيل مثل هذه المعاملات كمتاجرة بخدمات مسلمة رقميًا.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

المؤطر ٤-٣: قياس الخدمات القابلة للتسليم رقميًا والمستهلكة خارج البلاد (النمط ٢)

«السفر» في ميزان المدفوعات هو بند أساسه المتعامل ويغطي مطلق سلع وخدمات يستهلكها غير المقيمين في الاقتصاد الذي يسافرون إليه (UN وآخرون، ٢٠١٠a). وهذا متوافق مع النمط ٢ لتزويد الخدمة، المتصل باستهلاك الخدمات في الخارج. تورّد بعض الخدمات المقدمة عبر النمط ٢ رقميًا، مثلًا خدمات الاتصالات التي يقدمها مشغل محلي (مثلًا، عبر e-sim)، أو الدواليل الرقمية (كجولات المتحف أو المدينة)، أو الخدمات الشخصية، كاستشارات الطبيّة ودورات التعلم الإلكتروني (المزودة عن بُعد).

من الصعب عرفنة الخدمات المسلمة رقميًا من ضمن بند «السفر». غالبًا ما تُستخدم مسوح الأسر والأفراد لمراكمة معاملات السفر. من الممكن تعديلها بحيث تتضمن، بالتحديد، سؤالًا عما إذا كانت الخدمة قد سلّمت رقميًا. بالرغم من ذلك، قد لا تكون لدى المقيمين فكرة واضحة عن البلد المقابل (مثلًا، عندما ينزلون تطبيقًا على الهاتف النقال أو يستخدمون خدمة دقّية).

الخطوة الأولى لمعالجة هذه المشكلة هي اعتماد أوسع نطاقًا لما يسميه EBOPS «العرض البديل للسفر»، وهو مقسّم بحسب المنتج لا بحسب الغرض (راجع UN وآخرون، ٢٠١٠a، الملحق I). وهو يشتمل على المكونات الآتية ويتيح، مع إزالة فئة السلع، عرفنة معاملات خدمات النمط ٢:^٨

- 4a.1 السلع
- 4a.2 خدمات النقل المحلي
- 4a.3 خدمات المبيت
- 4a.4 خدمات تقديم الطعام
- 4a.5 خدمات أخرى (منها: 4a.5.1 الخدمات الصحيّة، 4a.5.2 خدمات التعليم)

يمكن أن يسهّل العرض البديل بحسب المنتج قياس التجارة الرقمية بشكل كبير. وبالفعل، من غير الممكن تسليم السلع وخدمات النقل المحلي والمبيت وتقديم الطعام رقميًا. يمكن أن تشمل الفئة الأخيرة (4a.5)، أي تلك التي تغطي جميع الخدمات الأخرى وتتضمن الصحة والتعليم، بعض الخدمات المسلمة رقميًا، موفرةً بذلك سقفًا أقصى لقيمة التقدير، على الرغم من سداد الافتراض القائل بأنّ حصة صغيرة فقط من هذه «الخدمات الأخرى» هي خدمات مسلمة رقميًا.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO مع بنك إيطاليا.

وواردات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً. علاوة على ذلك، بما أنّ «الخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» مدرجة في تلك القائمة، فإنّ الجهود التي بذلتها بلدان عدّة لقياس هذه الخدمات (راجع القسم ٤-٣-٢)

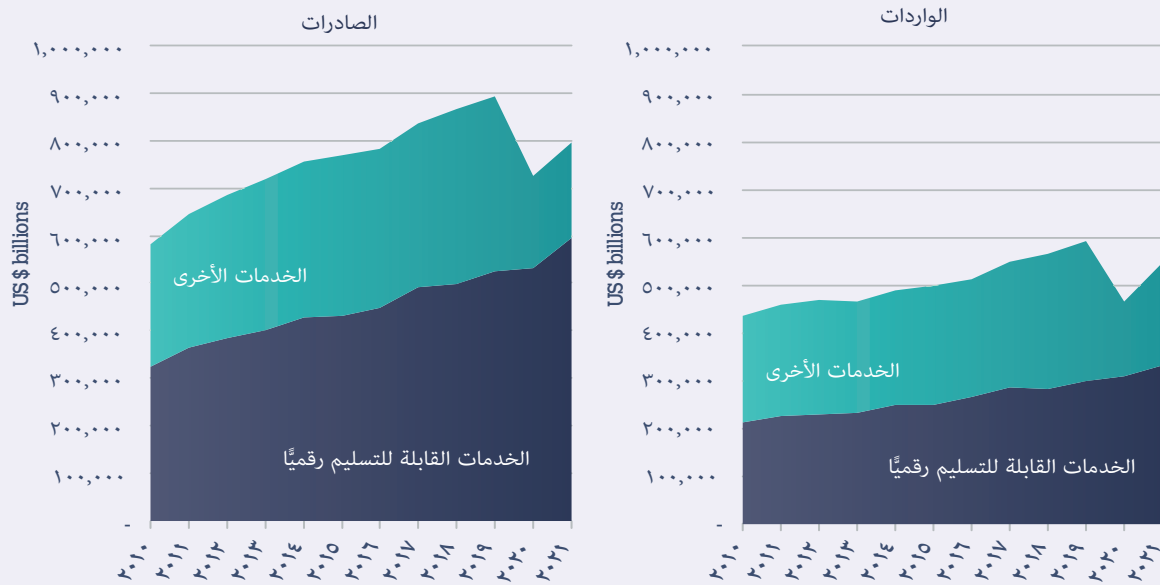
في مدى التغطية المزمع أن يوصى به في الإصدارات المستقبلية لهذا الكتيب.

توفّر قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والواردة في الجدول ٤-١ نقطة انطلاق لمراكمة إحصاءات حول صادرات

المؤطر ٤-٤: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتجارة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً في الولايات المتحدة

قدّم مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) إحصاءات حول المتاجرة ببعض الخدمات القابلة للتسليم رقمياً عن عام ٢٠١٦ كمكمل للإحصاءات الرئيسية حول المتاجرة بالخدمات. يتم احتساب هذه الأخيرة عبر تكديس المتاجرة الحالية بفئات الخدمات، لذا لم تتطلب المراكمة تعديلات على آليات تجميع البيانات ومنهجياتها. توفّر الإحصاءات التكميلية (الملخصة في الشكل ٤-٢)، التي حظيت بردود فعل إيجابية من المستخدمين، نظرة استشرافية لمدى ما يمكن أن تسهله تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المتاجرة بالخدمات.

الشكل ٤-٢: المتاجرة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً وبالخدمات الأخرى، الولايات المتحدة، ٢٠١٠-٢٠٢١



ملاحظة: يغطي زمرة جزئية من خدمات الجدول ٤-١: "خدمات التأمين"، "الخدمات المالية"، "رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر"، "خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات"، "الخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من ضمن خدمات الأعمال الأخرى"، "الخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من ضمن الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية".
المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي. لمزيد من المعلومات، راجع Grimm (٢٠١٦) و Nicholson (٢٠١٦).

غير أنّ نشر هذه القياسات طرح تحديات أيضاً. من أهمها احتمال التفسير المغلوط: فالفئات المكدّسة من منتجات المتاجرة بالخدمات تعكس خدمات يمكن تسليمها رقمياً، لا قياس خدمات تسلم بالفعل رقمياً. من أجل دعم فهم المستخدم، استُخدمت عناوين واضحة للإحصاءات المنشورة، بينما وصّف تقرير تكميلي كيفية مراكمة الإحصاءات وعرض الإجمالي جنباً إلى جنب مع مكوناته الفردية لتوضيح منتجات الخدمات التي تتضمنها هذه الإحصاءات.

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي.

لهذا السبب تغدو الخطوة التالية استكشاف طرق لتمييز الخدمات المُسلَّمة رقمياً بالفعل من أجل قياس التجارة المُسلَّمة رقمياً بإحكام أكبر.

يمكن للجهود المبذولة بغية إحراز تقدّم في قياس المتاجرة بالخدمات بحسب نمط التوريد أن تسهم بشكل مباشر في هذا الأمر. تشير المعاملات عبر الحدود (أي النمط ١) إلى المسافة الماديّة بين المشتري والبائع أثناء تقديم الخدمة نظراً إلى وجودهما على جانبيين مختلفين من الحدود الدوليّة. بالنسبة إلى الخدمات الممكنة توريدها رقمياً، من السديد التأكيد على أنّ التكنولوجيا الرقمية ستُستخدم عمومًا لرأب تلك المسافة بغية توريد الخدمة. فضلاً عن ذلك، وبما أنّ التوريد بحسب النمط ١ يمثّل غالبية المتاجرة بالخدمات المُسلَّمة رقمياً، سيوفّر قياس ذاك جزء من الخدمات القابلة للتسليم رقمياً الذي هو مستورد ومصدّر بحسب النمط ١ (التوريد عبر الحدود) تقديرات معقولة للجزء الأكبر من التجارة المُسلَّمة رقمياً.

هناك طريقتان رئيسيتان لتمييز ذاك الجزء من الخدمات القابلة للتسليم رقمياً الذي يتوفّر بحسب النمط ١، ومن ثمّ لقياس الجزء الأكبر من التجارة المُسلَّمة رقمياً: التقديرات المستندة إلى الأبحاث واجتهادات الخبراء؛ والقياسات المجمّعة عبر المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال. يستكشف القسمان الفرعيّان التاليان كلّاً منهما.

٤-٤-١ التقديرات المستندة إلى اجتهادات الخبراء

تتمثّل الخطوة الأولى المحتمّلة من أجل اشتقاق تقديرات التجارة المُسلَّمة رقمياً في تطبيق توزيعات (allocations) على المنتجات المحدّدة في الجدول ٤-١ بناءً على اجتهادات الخبراء. من حيث المبدأ ينبغي إجراء مثل هذه التقديرات الخبرائيّة لكلّ بلد على حدة مراعاةً لعوامل عدّة، كمثّل حالة رقمنة الصناعات المختلفة ودورها في تداول المنتجات القابلة للتسليم رقمياً، ورَجحان التقنيّات والمهارات الرقميّة بين السكّان، أضفّ إلى ذلك وجوب تحديث هذه التقديرات بانتظام كي تعكس التقدّم التكنولوجي. غير أنّ جميع البلدان لا تمتلك الموارد اللازمة للقيام بمثل هذا المبادرة المفصّلة على قياس البلد. في هذه الحالات يمكن أن تكون أنصبة التوزيع (allocation shares) المعيارية، الموضوعة دولياً، مفيدة في اشتقاق تقديرات أوليّة، كما هو موضح في المؤطّر ٤-٦.

ستكون مرادفة لقياس تجارة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (على الرغم من أنّها لا تغطّي جميع الخدمات المبينة في الجدول ٤-١)، ويمكن البناء عليها.

غير أن تجميع تفاصيل كافية عن المنتج يُعدّ شرطاً أساسياً لتمييز الخدمات القابلة للتسليم رقمياً تمييزاً دقيقاً ضمن الإطار الأوسع للتجارة الدوليّة في إحصاءات الخدمات. مثلاً، نشر مكتب الولايات المتّحدة للتحليل الاقتصاديّ إحصاءات عن المتاجرة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً (راجع المؤطّر ٤-٤). كذلك، يمكن استخلاص مقارنات بين البلدان، والاتّجاهات العالميّة الأخيرة، من قواعد بيانات التجارة الدوليّة بالخدمات، مثل طاقم البيانات (dataset) المشترك لمنظمة التجارة العالميّة والأونكتاد حول المتاجرة الدوليّة بالخدمات (يغطّي ٢٠٠٠ اقتصاد) وقاعدة بيانات OECD EBOPS ٢٠١٠ للمتاجرة بالخدمات بحسب الاقتصاد الشريك (راجع المؤطّر ٤-٥). ١٠-٩

٤-٤ نحو قياس الخدمات المُسلَّمة رقمياً

أن تُعرّف خدمة بأنّها قابلة للتسليم رقمياً لا يعني أنّها مُسلَّمة رقمياً على الدوام عند تداولها. كنتيجة لذلك، ستكون القيمة الإجماليّة للخدمات القابلة للتسليم رقمياً أكبر من (أو تساوي) القيمة الإجماليّة للخدمات المُسلَّمة رقمياً بالفعل.

وجد الأونكتاد، بالتعاون مع ثلاث دول أعضاء - كوستاريكا والهند وتايلاند - أنّ نسبة عالية من صادرات العديد من الخدمات القابلة للتسليم رقمياً يبدو أنّها تورّد رقمياً بالفعل (UNCTAD, ٢٠١٨b). أمّا في الهند فقد تبين أنّ ما يصل إلى خمس الصادرات القابلة للتسليم رقمياً لا يزال تسليمها يتمّ بوسائل غير رقمية - وهو ما يدلّ على أنّه يمكن أن يكون ثمة فرق كبير بين التجارة القابلة للتسليم رقمياً والتجارة المُسلَّمة رقمياً.

لذا لا يمكن النظر إلى التدفّقات التجاريّة الخاصّة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً إلاّ كوسيلة لإعطاء تقدير أقصى للتجارة المُسلَّمة رقمياً. صحيح أنّ تقديرات كهذه يمكن أن تزود باستشرافات ثاقبة، ومن المرجّح أن توفّر خطوة أولى مفيدة للقياس، إلاّ أنّها لا تقترب بما يكفي من قياس التجارة الفعليّة المُسلَّمة رقمياً. وينعكس هذا النقص في أنّ قياسات كهذه مدرّجة كبنء ملحق في نموذج الإبلاغ المبين في الفصل ٢.

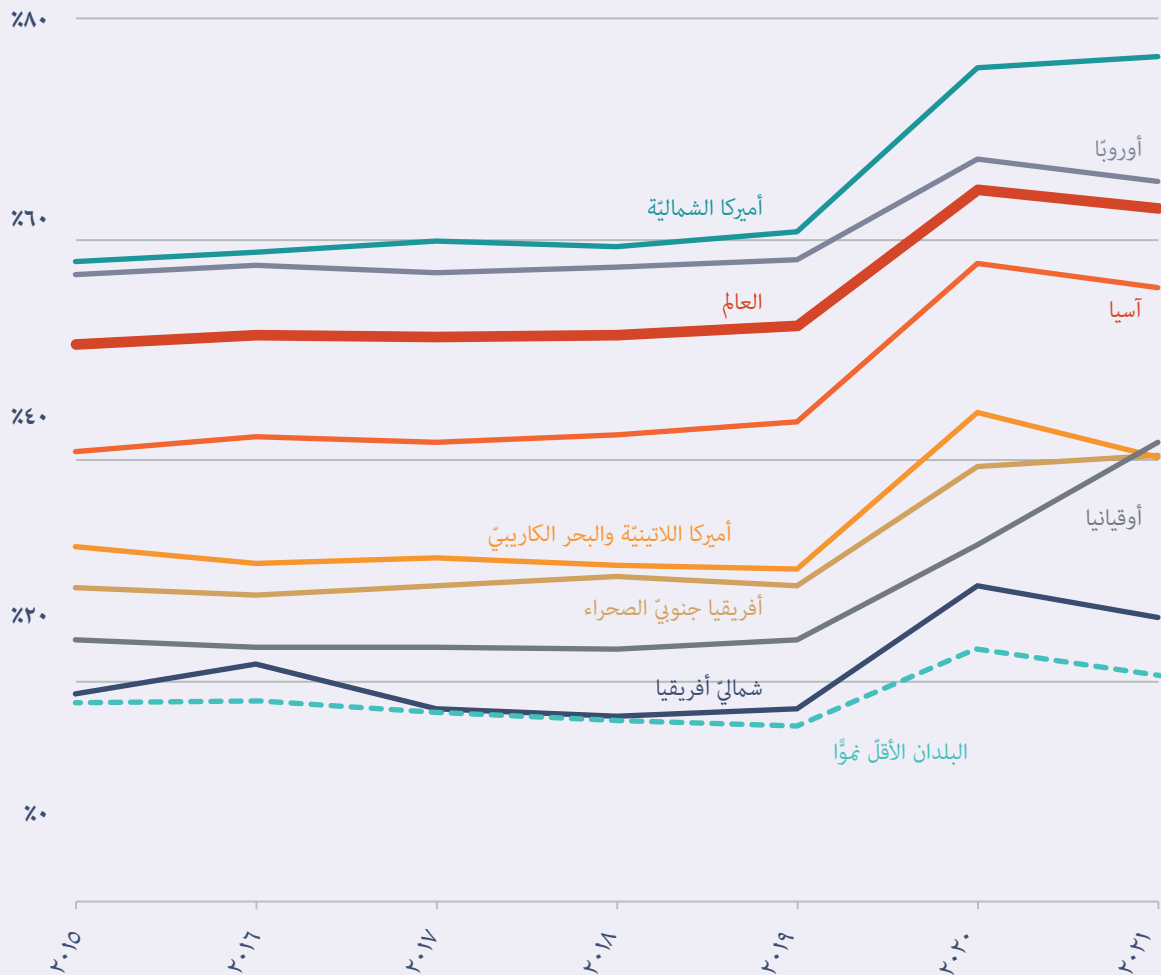
المؤطر ٤-٥: الاتجاهات العالمية في المتاجرة بالخدمات القابلة للتسليم رقمياً

يمكن مراكمة صادرات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً عن طريق تكديس المنتجات ذات الصلة كما يتيح طاقم البيانات المشترك لمنظمة التجارة العالمية والأونكتاد حول المتاجرة الدولية بالخدمات (بشرط توافر بيانات حول هذه المنتجات). يمكن القيام بذلك للاقتصادات الفردية ولمناطق/مجموعات البلدان.

تتباين حصة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً بالنسبة إلى إجمالي صادرات الخدمات تبايناً كبيراً عبر المناطق (راجع الشكل ٤-٣). أحد الأسباب الرئيسية لذلك هو تباين مقدار النفاذ إلى التقنيات الرقمية، بما في ذلك الإنترنت والخدمات الرقمية السريعة والمستقرة والميسورة التكلفة. التباينات في رَجَاح المهارات الرقمية مهمة أيضاً (UNCTAD، ٢٠٢٢b).

الشكل ٤-٣: صادرات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً بحسب المنطقة، ٢٠١٥-٢٠٢١

الحصة من إجمالي صادرات الخدمات



ملاحظة: يتضمّن الشكل ٤-٣ بعض الخدمات القابلة للتسليم بشكل غير رقمي كما ترد في كداسة "خدمات الأعمال الأخرى"، ويستثني "الخدمات الصحية" و "الخدمات التعليمية" و "الخدمات التراثية والترفيهية"، لأنّ البيانات عن مثل هذه القطاعات من EBOPS ٢٠١٠ غير متوفرة لعدد كافي من البلدان. كما يستثني الإنفاق على الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والمسجلة ضمن بند "السفر" (أي النمط ٢ المتعلّق باستهلاك الخدمات القابلة للتسليم رقمياً خارج البلاد).

المصدر: U NCTAD (٢٠٢٢e)، استناداً إلى طاقم البيانات المشترك لمنظمة التجارة العالمية والأونكتاد حول المتاجرة الدولية بالخدمات.

المؤطر ٤-٦: تقديرات إجمالية لصادرات الخدمات المسلمة رقمياً

يتضمن «دليل إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات لعام ٢٠١٠»، أو MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠a)، إطاراً لقياس التوريد الدولي للخدمات بحسب أربعة أنماط من التوريد (راجع الفصل ٢، المؤطر ٢-٢). ويقترح، كنقطة انطلاق، تطبيق مقارنة مبسطة للتوزيع مفادها، بشكل أساسي، عرفة النمط (الأنماط) المستخدم (ة) بأعلى أرجحية لتوريد الخدمات لكل بند من بنود ميزان المدفوعات.

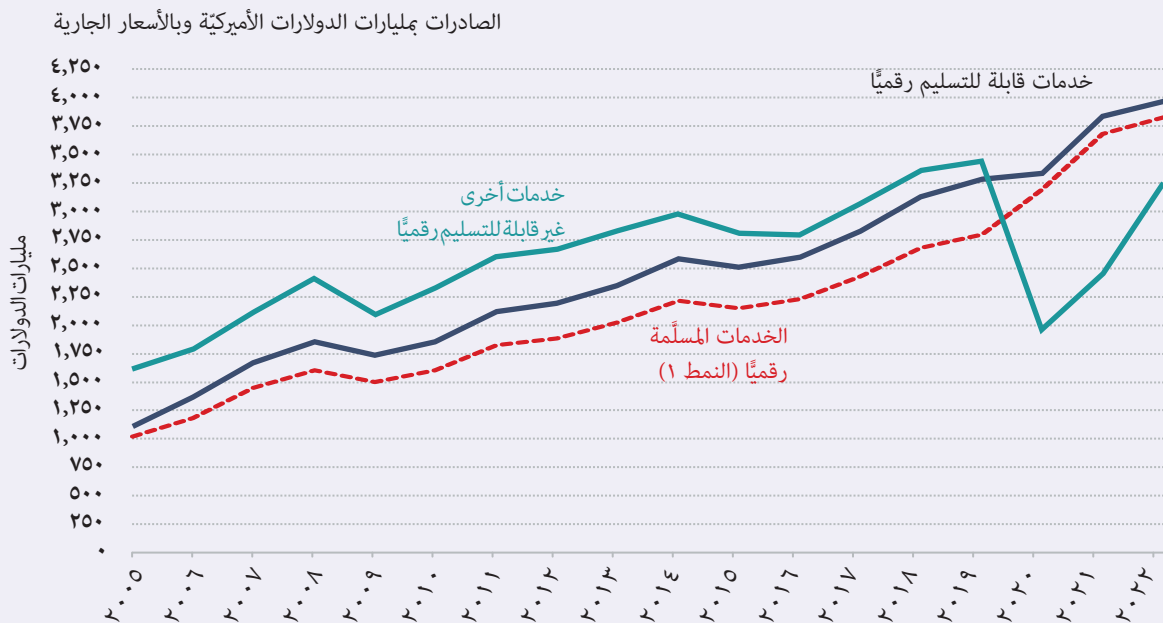
يمكن استخدام «منهجية منظمة التجارة العالمية للمتاجرة بالخدمات بحسب نمط التوريد»^{١١} (TiSMoS)،^{١٢} وهي تعزز وتضع موضع التطبيق مقارنة التوزيع المبسطة الخاصة بـ MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠)، لإنتاج تقديرات أولية حول توريد الخدمة بحسب النمط ١، أي ما يعادل - بالنسبة إلى الخدمات القابلة للتسليم رقمياً - التجارة بالخدمات المسلمة رقمياً. في TiSMoS يجري توزيع كل قطاع خدمة في EBOPS ٢٠١٠ لنمط مهيمن واحد (أي الأسلوب ١ أو ٢ أو ٤) أو يتم، حيثما لا يوجد نمط مهيمن واحد، تطبيق أنصبة التوزيع. عام ٢٠١٩ أتاح TiSMoS إنتاج أول مجموعة بيانات للمتاجرة الدولية بالخدمات بحسب نمط التوريد.

في أواخر عام ٢٠٢١ طوّرت مديرية الإحصاء في المفوضية الأوروبية (Eurostat) ومنظمة التجارة العالمية (WTO) نموذجاً معيارياً معززاً، نموذج يوروستات ومنظمة التجارة العالمية، بناءً على الجهود السابقة للمنظمتين. نموذج Eurostat-WTO المعزز مدرج في الملحق «د» (Eurostat، ٢٠٢١a).

في العام ٢٠٢٣ أنتجت منظمة التجارة العالمية طاقم بيانات عالمياً حول الخدمات المسلمة رقمياً بناءً على نموذج Eurostat-WTO ولكن مع مراعاة تأثير الوباء على تجارة الخدمات، وكذلك نتائج مسح البلدان المتاحة. وتم تعديل أنصبة التوزيع وفقاً لذلك.

يوضح الشكل ٤-٤ أنّ الخدمات القابلة للتسليم رقمياً تورّد بشكل متزايد بحسب النمط ١ (أي تورّد رقمياً). وقد عزّزت جائحة COVID-١٩ الدجته وزادت من توريد الخدمات عبر شبكات حاسوبية، فيما انخفضت الخدمات الأخرى، غير القابلة للتسليم رقمياً، مثل خدمات النقل والمبيت وتقديم الطعام.

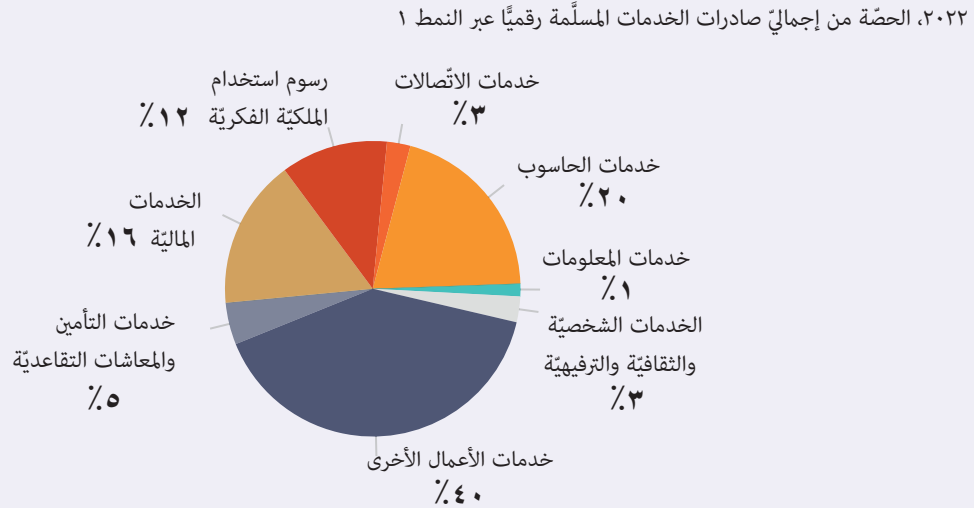
الشكل ٤-٤: الصادرات العالمية للخدمات القابلة للتسليم رقمياً والخدمات المسلمة رقمياً (النمط ١ - التوريد عبر الحدود)، ٢٠٠٥-٢٠٢٢



المصدر: WTO (٢٠٢٣).

وفقاً لهذه التقديرات عن العام ٢٠٢٢، شكّلت «خدمات الأعمال الأخرى»، ومنها «خدمات الأبحاث والتطوير» و«الخدمات المهنية»، مثل «الخدمات المهنية وخدمات الاستشارات التدبّرية»، ٤٠ في المائة من الصادرات العالمية للخدمات الموردة رقمياً بحسب النمط ١، تليها «خدمات الحاسوب» (٢٠ في المائة)، ثمّ «الخدمات المالية» (١٦ في المائة)، و«رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر» (١٢ في المائة). كما قدّرت مساهمة «الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية»، وفيها خدمات الموسيقى والفيديو الدقّية، بنسبة ٣ في المائة.^{١٣}

الشكل ٤-٥: الصادرات العالمية للخدمات المسلمة رقمياً (النمط ١ - التوريد عبر الحدود)
بحسب قطاعات EBOPS ٢٠١٠ الموسّعة



المصدر: WTO (٢٠٢٣).

٤-٤-٢ قياسات مجمعة عبر المسوح الخاصة

بمؤسّسات الأعمال

مراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر استخدام مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات

الروتينية لمسوح المتاجرة الدولية بالخدمات (تجرى، في الغالب، على أساس ربع سنوي)، إذ لا يُرتقب أن تتغيّر حصة الصادرات والواردات المسلمة رقمياً تغييراً سريعاً على مستوى الشركة الفردية. وكخيار بديل، يمكن توجيه هذه الأسئلة إلى المصدّرين/المستوردين الرئيسيين لمنتجات الخدمات ذات الصلة القابلة للتسليم رقمياً.

في انعكاس للعلاقة بين الخدمات المسلمة رقمياً والتوريد بحسب النمط ١، بدأ مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) ومكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS) يطوران طرقاً توفّر تقديرات للتجارة المسلمة رقمياً عبر استخدام أسئلة المسح نفسها المعتمدة لتمييز المتاجرة بالخدمات بحسب نمط التوريد (Mann و Cheung، ٢٠١٩).

من أجل تغطية كلّ من التسليم الرقمي وتوريد الخدمة بحسب النمط ١، كان BEA و ONS يسألان الجيبين عن الصادرات والواردات المسلمة عن بُعد (راجع المؤطرين ٤-٧ و ٤-٨ على التوالي). بناءً على هاتين التجريبتين، أنتجت هيئة الإحصاء الكندية أيضاً تقديرات للتجارة المسلمة رقمياً

توفّر مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITS) التي تغطّي مؤسّسات الأعمال أفضل الوسائل للحصول على تقديرات أكثر دقة للمتاجرة بالخدمات المسلمة رقمياً. من خلال تعزيز هذه السموح بأسئلة تكميلية، يمكن قياس حصة الخدمات المصدّرة والمستوردة التي سلّمت رقمياً بحيث تتكامل مع المصادر والأساليب المستخدمة لقياس المتاجرة الإجمالية بالخدمات.

لا حاجة إلى طرح أسئلة تكميلية إلّا حول الخدمات التي يمكن تسليمها رقمياً (على الرغم من أنّ هذه الأسئلة ليست ضرورية للخدمات التي تسلّم رقمياً بحكم طبيعتها، مثل الاشتراكات في الوسائط الدقّية). لتقليل عبء الإبلاغ عن كاهل الجيبين، يمكن طرح الأسئلة التكميلية بوتيرة أقلّ من الوتيرة

المؤطر ٤-٧: قياس المعاملات المسلمة رقمياً عبر استخدام مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات في الولايات المتحدة

اتخذ مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) خطوات لمراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر استخدام مسح المتاجرة الدولية بالخدمات، وكان في الأصل جزءاً من مجهود لقياس الخدمات التي توفرها طرق التوريد الأربعة. في الآونة الأخيرة خطط المكتب، كهدف أساسي، لتجميع بيانات حول الخدمات المسلمة رقمياً.

في جهوده الأولية لتجميع إحصاءات المتاجرة بالخدمات بحسب نمط التوريد، قدّم المكتب أسئلة ضمن «المسح الممّقي للمعاملات مع أشخاص أجانب في خدمات مختارة وفي الملكية الفكرية لعام ٢٠١٧» لتجميع بيانات حول حصة التوريد التجارية بحسب النمط ١ في خدمات معينة.

تقصّى المكتب وروّز العديد من الصيغ حول سؤال معيّن قبل الوصول إلى تصميمه النهائي. في صيغة أولى، جُمّعت معلومات حول الأنماط ١ و ٢ و ٤، لكن التعليقات الواردة من المجيبين أشارت إلى أنّ هذه المقاربة ستكون مرهقة للغاية وغير عملية، لأنّ معظم أنظمة المحاسبة لا تتعقّب الخدمات بحسب نمط التوريد.

طلبت صيغة ثانية من المجيبين إعطاء النمط السائد الذي يتمّ عبره توفير الخدمات. أشارت التعليقات إلى أنّ هذه المقاربة لن تكون مرهقة بشكل مفرط. مع ذلك استنتج المكتب أنّ المعلومات ستكون ذات استخدام محدود لأنّه ترقّب أن تقوم الشركات بالإبلاغ عن أنّ النمط ١ هو السائد لمعظم أنواع الخدمات. وإذ اعتمد المكتب على الواقع القائل بأنّ النمط ١ هو النمط السائد، وبما أنّ ما لا يتمّ توفيره بحسب النمط ١ يمكن توفيره بحسب النمط ٢ أو النمط ٤ أو كليهما، بقيت أمامه مجموعة واسعة من القيم الممكنة للنسبة المئوية من الخدمات المتوقّرة بحسب النمط ١ (بين ٣٣ و ١٠٠ في المائة).

لذا، وبدلاً من ذلك، جُمع المكتب الحصة بحسب النمط ١ من خدمات معينة ضمن حيّزات للنسبة المئوية، وهي مقاربة أشار المجيبون إلى أنّها لن تكون مرهقة للغاية، وقد توفّر قياسات موثوقة. ولم تُطلّب معلومات بحسب النمط ١ إلا لأنواعٍ من الخدمة اعتُبر أنّها لن تتوفّر حصرياً بحسب النمط ١. هذه المقاربة لها ميزة التقليل من عبء الإجابة.

استهدفت أسئلة المسح معاملات بحسب النمط ١ عن طريق طلب إعطاء حصص لجزء المبيعات المتعلّق بالخدمات «المجراة عن بُعد من مكاتب [المورد] ... عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني أو الرسائل النصّية أو الهاتف أو أي وسيلة أخرى». أنبى المراسلون باستبعاد الخدمات «المجراة على-أرض-الموقع في بلد المشتري» (النمط ٤) أو المجراة «لزبون موجود مؤقتاً» في بلد البائع (النمط ٢).

الجدول ٤-٢: شاكل لأسئلة المسح الخاص بـ BEA من أجل تجميع مبيعات الخدمات ومشترياتها الجراة عن بُعد

نوع المعاملة (١)	هل أبلغت عن صادرات/واردات لهذه الخدمة؟ (أشّر "نعم" أو "لا")	أقل من ٢٥%	٢٥-٤٩%	٥٠-٧٤%	٧٥-٨٩%	٩٠-٩٩%	١٠٠%	المعلومات المقدّمة مستندة إلى (أشّر مرة واحدة)
...	نعم	لا	أقل من ٢٥%	٢٥-٤٩%	٥٠-٧٤%	٧٥-٨٩%	٩٠-٩٩%	١٠٠%
...	...	...	...	...	...	...	...	...

ملاحظة: ينطبق (١) على ١٣ نوعاً من المعاملات المفترض أنّ لها معاملات من النمط ١ ويمكن توريدها رقمياً، وهي الآتية: "خدمات المحاسبة والتدقيق المحاسبي ومسك الدفاتر"، "خدمات الدعاية"، "خدمات الحاسوب الأخرى"، "خدمات التعليم"، "الخدمات المعمارية"، "الخدمات الهندسية"، "خدمات المسح التوبوغرافي ورسم الخرائط والإشهاد (certification) والتفتيش الفنّي"، "الخدمات القانونية"، "خدمات أبحاث التسويق"، "خدمات الرأي العام والاستطلاعات"، "خدمات أخرى في التدبّر والاستشارات والعلاقات العامة"، "توفير خدمات مؤمنة أو غير مؤمنة في الأبحاث والتطوير"، "خدمات أخرى في الأبحاث والتطوير".

يقارن الجدول أدناه بين أنصبة بعض الخدمات الموردة بحسب النمط ١ استناداً إلى نتائج مسح مع الأنصبة المقابلة المستمدة من نموذج توزيع يوروستات ومنظمة التجارة العالمية المبسط والمبين في الملحق «د» (وهو يتضمن توزيع الخدمات على الأهماط بناءً على افتراضات حول الطريقة المرجحة لتوريد الخدمات).

الجدول ٤-٣: مقارنة النمط ١ (التوريد عبر الحدود) نسبةً إلى مقارنة Eurostat-WTO المبسطة وإلى تقديرات مسح للتجارة الدولية بالخدمات، الأرقام بالنسبة المئوية			
استناداً إلى مسح		نموذج يوروستات ومنظمة التجارة العالمية (الملحق "د")	
الواردات	الصادرات		
٦٦	٥١	٧٥	خدمات المحاسبة والتدقيق المحاسبي وممسك الدفاتر
٧٠	٧٨	٧٥	خدمات الدعاية وأبحاث التسويق واستطلاعات الرأي العام
٥٦	٨٠	٧٥	خدمات الحاسوب
٥٣	٦١	٧٥	الخدمات المعمارية والهندسية
٣٢	٣٧	٧٥	خدمات التعليم
٩١	٨٠	٧٥	الخدمات القانونية
٦٨	٧٧	٧٥	خدمات التدبر والاستشارات والعلاقات العامة
٨١	٥٩	٩٠	خدمات الأبحاث والتطوير

المصادر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO : Mann و Cheung (٢٠١٩)؛ Eurostat (٢٠٢١).

أعاد مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA)، بالنسبة إلى «مسحه الممقيس لعام ٢٠٢٢»، تركيز هذه المجموعة من الأسئلة نحو هدف آخر، أي التجارة المسلمة رقمياً، لكن مع استبعاد التوريد عبر الخدمة البريدية أو التسليم الخاص. هنا أيضاً تضمنت التعليمات الموسعة، بينياً، الخدمات المسلمة عبر الإكسترنات والفاكس والائتمار بالفيديو (video conference). لا يزال المكتب يعتزم استخدام البيانات المجمعة لإنتاج إحصاءات حول كل من التجارة المسلمة رقمياً والتجارة بحسب نمط التوريد، ولكنه أعطى الأولوية لجميع الأولى بأكبر قدر ممكن من الدقة.

يجمع المكتب أيضاً مزيداً من التفاصيل حول مسح ٢٠٢٢. وهي يطلب لعام ٢٠٢٢، مستنداً إلى قوة الإجابات التي تلقاها عن مسح العام ٢٠١٧، قيمة محدّدة غير حيّزية (point value) لحصة التجارة المسلمة رقمياً، بدلاً من حيّز للنسبة المئوية. يستمر مسح العام ٢٠٢٢ في تجميع المعلومات، حصرياً، للفئات الخدمائية التي ارتقب المكتب أنها لن تُسلم عن بُعد حصرياً، لكنه زاد عدد الخدمات من ١٣ إلى ١٨ (فئات الخدمات الخمس التي أضيفت هي «خدمات وكالات الأنباء»؛ «خدمات التجهيز والتعديل والتدريب»؛ «التأجير التشغيلي»؛ «الخدمات المتصلة بالتجارة»؛ «الخدمات الصحية»).

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي. لمزيد من المعلومات: Mann و Cheung (٢٠١٩).

كانت المقاربة المعتمدة أن يُسأل الجيبون إعطاء تقدير، بالنسبة إلى فئات المنتجات المختلفة، لحصة التجارة المسلمة عن بُعد عن طريق الاختيار بين حيّزات للنسبة المئوية محدّدة مسبقاً (مع إتاحة الخيار «غير معروف» في حالة المملكة المتحدة). بالنسبة إلى اختيار القطاعات الواجب مراعاتها، تبنّت المكاتب

بطريقة مماثلة (راجع المؤطر ٤-٩). يشمل التسليم عن بُعد توريد الخدمات بالبريد إضافة إلى التوريد الرقمي. غير أنّ حصة الخدمات التي تسلم عن بُعد ولكن بوسائل غير رقمية تبقى هامشية في هذه البلدان.^{١٤} لذا تشكّل الخدمات المسلمة عن بُعد عبر الحدود أساساً لتقدير معتبر للتجارة المسلمة رقمياً.

المؤطر ٤-٨: قياس المعاملات المسجلة رقمياً عبر استخدام مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات في المملكة المتحدة

جاءت المقاربة التي اعتمدها مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS) مشابهة جداً لمقاربة مكتب BEA، ما عدا أنها تضمنت خانة إجابة بعنوان «غير معروف» إضافة إلى حيزات النسبة المئوية الستة التي اعتمدها BEA.

في مرحلة العمل الأولى، اختيرت عينة من ١٠٠ شركة لترويز أسئلة المسح في أيلول/سبتمبر ٢٠١٨. أشارت النتائج إلى تغيير طفيف في معدل الإجابة ما بين شركات العينة التجريبية القبلية، وتمكنت معظمها من الإجابة عن المعلومات المطلوبة. كنتيجة لذلك أضيفت أسئلة جديدة إلى المسح السنوي حول المتاجرة الدولية بالخدمات لعام ٢٠١٨، وقد شمل ٥٠٠٠ شركة معروفة بإسهامها في المتاجرة الدولية بالخدمات. كما دمجت المقاربة أيضاً أرقاماً مستمدة من طريقة التوزيع النسبي التي وضعتها مديرية الإحصاء في المفوضية الأوروبية (راجع الملحق «د»)^{١٥}.

لم يكتفِ استبيان مكتب الإحصاء الوطني بالبحث في منتجات الخدمات التي حُكم عليها ارتقائياً بأنها قابلة للتسليم عن بُعد. كنتيجة لذلك، أبلغ المجيبون عن توريد بحسب النمط ١ لعدد من المنتجات التي لا تُعدّ، في العادة، قابلة للتسليم عن بُعد نظراً إلى الطبيعة المادية المتأصلة في المنتجات المعنية، ومنها خدمات التصنيع، والصيانة والتصليح، والبناء. يشير هذا الأمر إلى أنه قد تكون هناك حاجة إلى مزيد من الأبحاث لفهم أنواع المعاملات التي قد يعدها المجيبون مسجلة عن بعد ويبلغون عنها.

الجدول ٤-٤: مقارنة النمط ١ (التوريد عبر الحدود) نسبةً إلى نموذج Eurostat-WTO وإلى تقديرات مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS) المستمدة من مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITS)، الأرقام بالنسبة المئوية

نوع الخدمة	نموذج يوروستات ومنظمة التجارة العالمية (الملحق D)	مسح المتاجرة الدولية بالخدمات (٢٠٢٠)	مسح المتاجرة الدولية بالخدمات (٢٠١٨)	الواردات	الصادرات
خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية	١٠٠	٩١	٨٤	٦٦	٧١
الخدمات المالية	١٠٠	٩٥	٨٩	٨٨	٧٩
رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر	١٠٠	٨٠	٨٣	٨٧	٨٧
خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات	٨٠	٨٣	٨٥	٨٦	٨٥
خدمات الأعمال الأخرى	٨٠	٨٩	٦٥	٧٨	٦٥
الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية	٧٥	٧٦	٤٣	٧٧	٢٩
السفر	-	٠	٠	٠	٠
خدمات تصنيع على مدخلات مادية يملكها الغير	-	٥١	٤٩	٧٦	٣٧
خدمات الصيانة والتصليح غير المذكورة في مكان آخر	-	٥١	٤٩	٧٦	٣٧
خدمات النقل	٩٠	٦٥	٦٥	٨٠	٨٠
الخدمات الاستشارية	-	٦٣	٤٧	٦٢	٢٣
سلع وخدمات حكومية غير مذكورة في مكان آخر	١٠	٧٥	٧٥	٧٥	٧٥

المصادر: Office for National Statistics (٢٠٢٣)؛ Mann و Cheung (٢٠١٩)؛ Eurostat (٢٠٢١).

المؤطر ٤-٩: قياس المعاملات المسلمة رقمياً عبر استخدام مسح المتاجرة الدولية بالخدمات في كندا

انتقلت هيئة الإحصاء الكندية (Statistics Canada) من تقدير المتاجرة الرقمية بالخدمات عبر مقارنة مبسطة للتوزيع إلى قياس مباشر لنشاط الشركات في كندا (Statistics Canada، ٢٠٢٠).

استفاد هذا التقدم من المسح السنوي للمعاملات الدولية في الخدمات التجارية، وهو مسح موجود، عبر إضافة سؤال واحد حول التسليم عن بُعد لصادرات الخدمات. استناداً إلى مناقشات حول أفضل الممارسات جرت ما بين BEA و ONS و Statistics Canada، سيقوم الاستبيان الإلكتروني تلقائياً بتضمين هذا السؤال فئات الخدمات ذات الصلة التي أبلغ المضيف بالفعل، في وقت سابق، عن تصديرها في وحدة المسح الوظيفية. طُلب من المضيف الإشارة إلى نصيب كل منتج خدماتي يسلم عن بُعد عبر استخدام حيزات النسبة المئوية المعيارية الستة التي اعتمدها المكاتب الثلاثة.

الإيرادات - النسبة المئوية للخدمات التجارية المسلمة عن بُعد إلى جهات خارجية

9. For each of the following commercial services sold to foreign parties, what proportion of revenue comes from services **delivered remotely**?

Services **delivered remotely** are services where the Canadian supplier does not travel to the country of the foreign party to provide the service, nor does the foreign party come to Canada to consume the services. These services could be provided via Internet, email, telephone or other means, including services provided to foreign affiliates using the same network.

Examples:

- A Canadian law firm delivers legal advice by phone or the internet to a client in the United States
- A Canadian software company delivers software via the cloud or the internet to a client in Europe

Select the appropriate percentage range for each service category.

If this information is not available from your records, please provide estimates to the best of your knowledge.

Notes: Press the help button (?) for additional information, including examples of services delivered remotely.

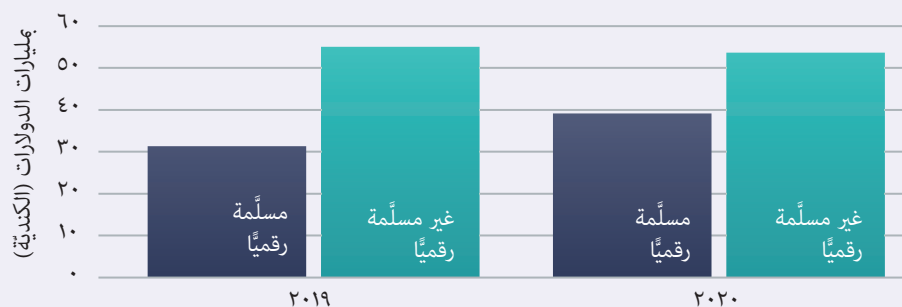
	0% - 10%	11% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 89%	90% - 100%
d. Legal services	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e. Computer services	☐	☐	☐	☐	☐	☐

المصدر: Canada Statistics

أشارت النتائج إلى أن منتجي خدمات الحاسوب في كندا سلّموا، رقمياً، ٩٣ في المائة من صادراتهم في خدمات الحاسوب، وهي حصة أعلى مما كان يُعتبر السقف الأقصى بموجب مقارنة التوزيع المبسطة. في المقابل، كانت نسبة تسليم خدمات التعليم عبر الأشخاص عالية، فأثى ٦٠ في المائة من قيمة صادراتها من جزاء انتقال معلمين كنديين إلى بلدان أخرى للتدريس. في عامي ٢٠٢٠ و ٢٠٢١ أذى وباء COVID-١٩ العالمي، والقيود التي أسفر عنها لجهة السفر، إلى ارتفاع كبير في خدمات التعليم المسلمة رقمياً (Statistics Canada، ٢٠٢٢).

تشير النتائج أيضاً إلى أن التسليم الرقمي للخدمات يحدث في العديد من الصناعات المرتبطة على نحو أساسي بالمخرجات المادية. تم تضمين خدمات البناء في أحدث مسح (عام الإبلاغ هو ٢٠٢٠)، فوردت إجابات من شركات بناء عدة تشير إلى صادرات خدمات مسلمة رقمياً (على الرغم من أن هذه الصادرات لا تزال تشكّل حصة منخفضة من إجمالي صادرات هذه الخدمة). بالإضافة إلى ذلك، وجد تحليل التسليم الرقمي بحسب صناعة المصدر، وبحسب أبعاد أخرى كال حجم والوضع على صعيد تعدد الجنسيات، أن نسبة عالية من الخدمات التي تصدرها الصناعات التحويلية تسلم رقمياً. ولقد تبين، من خلال تصنيف صادرات الخدمات التجارية على أنها مسلمة رقمياً أو غير مسلمة رقمياً على مستوى المؤسسة، أن الصادرات المسلمة رقمياً تنامت بنسبة ٢٥ في المائة من ٢٠١٩ إلى ٢٠٢٠، فيما سجّلت صادرات الخدمات التجارية غير المسلمة رقمياً انخفاضاً طفيفاً (الشكل ٤-٦).

الشكل ٤-٦: صادرات الخدمات المسلمة رقمياً، كندا، ٢٠١٩-٢٠٢٠



المصدر: Statistics Canada (٢٠٢٢e).

الحاسوبية» المشار إليها في تعريف التجارة الرقمية. فضلاً عن ذلك، وكما هو مبين في القسم ٤-٢، تُدرج جميع الخدمات المشمولة بهذا الباب في قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (راجع الجدول ٤-١). بهذا المعنى، تصبح الجهود المبذولة لقياس المتاجرة بالخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مهمة لقياس التجارة المسلمة رقمياً.

بما أنّ من الأسهل تحديد المجموعة الضيقة من الشركات المصدرة للخدمات مقارنة بالشركات المستوردة لها، ركّز «الاستبيان النموذجي حول صادرات الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاص بمؤسسات الأعمال» (UNCTAD، ٢٠٢١a) على المجموعة الأولى. وأظهرت النتائج أنّ أكثر من ٨٠ في المائة من صادرات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً قد تمّ بالفعل، في البلدان التجريبية الثلاثة، تسليمها رقمياً (UNCTAD، ٢٠١٨b). يقدّم المؤطر ٤-١0 مزيداً من التفاصيل حول المسح في كوستاريكا.

توضح المبادرات المستعزّة أعلاه أنّ أسئلة المسوح توفّر طريقاً عملياً لتجميع معلومات حول التجارة المسلمة رقمياً على يد الشركات. علاوة على ذلك، أظهرت تجربة هذه البلدان وغيرها، بما في ذلك إسبانيا (راجع أيضاً الفصل ٦)، أنّ تجميع المعلومات حول التسليم عن بعد من مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات يؤديّ إلى تحسين ملموس في جودة القياسات الناتجة مقارنة بتلك المشتقة من استخدام نماذج التوزيع المبسطة.

رغم ذلك، ثمة مجالات يُنصح فيها بتوحيّ الحذر:

- ينبغي تجنّب المقاربات التي تطلب من المجيبين أن يحدّدوا حصراً طريقة التسليم الرئيسية الخاصة بهم عند توفير خدمة معينة، لأنّها لن تقدّم معلومات كافية يمكن من خلالها استنباط تقديرات للتجارة المسلمة رقمياً.
 - بما أنّ بعض المجيبين يجدون صعوبة في تقسيم التجارة بحسب أنماط التوريد، يجب إدراج تعليمات واضحة في الاستبيان، وينبغي تدريب الوكلاء المهاتفين/الميدانيين على دعم المجيبين في هذا الصدد.
 - يمكن إجراء عمليّات تفحص لرصد الإبلاغات المغلوطة المحتملة من أجل متابعة العمل عليها، كما هي الحال عندما تكون حصّة التسليم الرقمي/عن بُعد، المُبلغ عنها، مختلفة بشكل كبير عن تلك التي يقترحها النموذج المبسّط.
- تجدر الإشارة إلى أنّ بعض الخدمات التي لا تغطّيها قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً في الجدول ٤-١ قد تكون قابلة للتسليم عن بُعد (أو على الأقلّ يمكن أن يعدّها المجيبون كذلك). فهناك، على وجه الخصوص، أمثلة على تسليم عن بُعد تمّ الإبلاغ عنه في فئات التصنيع، والصيانة والتوصيل، والبناء، على

الثلاثة، الأميركية والبريطانية والكندية، مقاربات مختلفة بعض الشيء. طلب BEA معلومات عن التوريد بحسب النمط ١، لا غير، لقطاعات الخدمة التي تُوقّع ألاّ تُورّد حصريّاً بحسب النمط ١. ميزة هذه المقاربة أنّها تقلّل العبء على المجيبين.

لم يَحصر مكتب الإحصاء الوطني في المملكة المتحدة وكندا استفسارهما في منتجات خدمات تُحكّم عليها ارتقائياً (ex ante) بأنّها قابلة للتسليم عن بُعد. لذا أُدرجت بعض معاملات النمط ١ لبعض بنود الخدمات الإضافية (مثل خدمات الصيانة والتوصيل والبناء). يشير هذا الأمر، من أجل إصدارات عديدة لهذا الكتيب، إلى أنّه سيكون من الضروري إجراء مزيد من البحث لتحديد ما إذا كان يمكن إدراج بنود أخرى في قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً على النحو المبين في الجدول ٤-١.

بشكل إجماليّ، تشير تجارب البلدان هذه إلى مستويات عالية من التوريد الرقمي للخدمات القابلة للتسليم رقمياً والمحدّدة في الجدول ٤-١. بالرغم من ذلك، تقلّ الحصص المقاسة للتسليم عن بُعد، للواردات كما للصادرات، بشكل ملحوظ عن ١٠٠ في المائة، الأمر الذي يوضح أهميّة تجاوز قياسات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً، والتركيز بشكل أكبر على ما هو مُسلّم بالفعل رقمياً.

في بعض الحالات هناك تباين كبير بين أنصبة النمط ١ المقترحة في نموذج Eurostat WTO (Eurostat، ٢٠٢١a) وبين الأنصبة التي تمّ قياسها من خلال المسوح. وهذا يعكس حقيقة أنّ أنصبة Eurostat-WTO قد استُكمِلت عام ٢٠٢١، لذا هي تمثّل بعض نواحي الدجنتلة المتسارعة التي طرأت أثناء جائحة COVID-١٩. أثر هذا الأمر بشكل مختلف على أنواع الصناعات، بحسب درجة الدجنتلة السابقة للجائحة، حيث تبنّت قطاعات مثل التعليم والخدمات الصحية، بسرعة، خيار التسليم الرقمي. النتائج الأخيرة المجتناة في كندا والمملكة المتحدة، وهي تغطّي العام ٢٠٢٠، قريبة نسبياً، بالإجمال، من أنصبة Eurostat-WTO المعيارية. غير أنّ الأنصبة المرصودة في أيّ اقتصاد وصناعة قد تنحرف عن متوسط الأنصبة الوارد في النموذج. وهذا يؤكّد أهميّة البناء على تقديرات مستندة إلى اجتهادات الخبراء من خلال إدراج أسئلة ضمن المسوح حول المتاجرة بالخدمات للحصول على صورة أدقّ للصادرات والواردات المسلمة رقمياً في بلد معيّن ولتطوّرها مع الزمن.

تعاون الأونكتاد مع كوستاريكا والهند وتايلاند على إعداد مسح قائم-بذاته لقياس صادرات «الخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» (UNCTAD، ٢٠١٥). تعرّف هذه الأخيرة بأنّها «منتجات خدمات تسلّم عن بعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات»، علماً بأنّ هذه الشبكات، كما هو مذكور في الفصل ٢، تعادل «الشبكات

المؤطر ٤-١٠: قياس الخدمات المسلمة رقمياً في كوستاريكا

كانت كوستاريكا من بين أوائل البلدان المستفيدة من المساعدة التي قدّمها الأونكتاد لإنشاء مجموعة بيانات وتجميع إحصاءات عن الخدمات التي سلّمت بالفعل عن بُعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أي الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات). في عام ٢٠٢١ أجرت كوستاريكا القياس السنوي السادس حول هذه المعاملات الخدمائية المُمسّكة (channelled) عن بُعد.

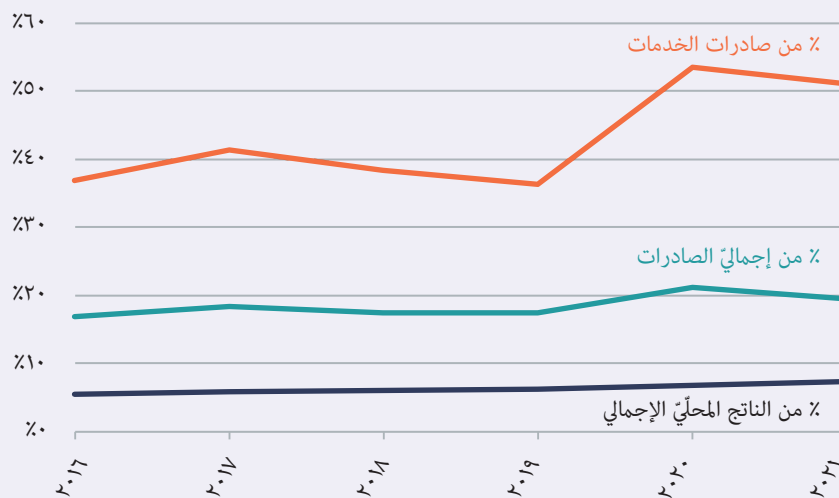
استهدفت الدراسة ٢٢٠ مؤسسة تصدّر خدمات مدرجة في قائمة «الخدمات المحتملة التمكين عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات» كما وضعها فريق عمليات الأونكتاد المعني بقياس المتاجرة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TGServ) (UNCTAD، ٢٠١٥). تلقى المسح ١٧١ إجابة، منها ١١٩ أفادت بتصدير خدمات سلّمت رقمياً.

تمّ «تعليّة» (grossed up) النتائج لتمثيل إجمالي عدد الشركات المصدّرة لهذه الخدمات (رقمياً أم لا) - ما مجموعه ١,٣٩١ شركة - عبر استخدام متغيّرات اقتصادية مختارة لدى بنك كوستاريكا المركزي وسجّلات إدارية أخرى، بما في ذلك حجم المؤسسة، وأنظمة التجارة المختلفة (أي: نظام خاص أو منطقة تجارة حرة، ونظام نهائي)، والصناعة.

تظهر النتائج أنّ ٩٠ في المائة من هذه الشركات سلّمت خدمات رقميّة على الصعيد الدولي خلال العام ٢٠٢١. من بين جميع صادرات الخدمات المستهدفة، سلّمت ٩٤ في المائة رقمياً عام ٢٠٢١، وهو ما شكّل ٥١ في المائة من إجمالي صادرات الخدمات و ٢٠ في المائة من إجمالي الصادرات. بهذا المعنى، أسهمت الصادرات المسلمة رقمياً بنسبة ٧,٢ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي لكوستاريكا خلال العام ٢٠٢١. وكانت ملكيّة أكثر من ثلاثة أرباع الشركات المصدّرة لخدمات ممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بيد أجانب، فيما الشركات الأم هي، في الغالب، من الاتحاد الأوروبي أو الولايات المتحدة.

يبين الشكل ٧-٤ تطوّر هذه الصادرات مع مرور الزمن، ويوضح إسهام التسليم الرقمي في مرونة الصادرات أثناء الاختلال الناجم عن COVID-١٩ في ٢٠٢٠-٢٠٢١.

الشكل ٧-٤: صادرات الخدمات المسلمة رقمياً، كوستاريكا، ٢٠١٦-٢٠٢١



ملاحظة: باستثناء الخدمات الصحيّة، والخدمات التعليميّة، والخدمات الترفيهيّة، والخدمات المتصلة بالتجارة.

المصدر: بنك كوستاريكا المركزي.

الرغم من أنها لم تُعتبر على صلة بالتوريد وفقاً للنمط ١ في MSITS ٢٠١٠ (UN وآخرون، ٢٠١٠).

لهذا الأمر تداعيان محتملان. أولاً، قد تكون ثمة حاجة إلى التحذّر والإرشاد للتأكد من أنّ المجيبين في بعض الصناعات يسجلون معاملاتهم بشكل صحيح في فئات EBOPS ٢٠١٠ ذات الصلة، وهل تم تسليمها عن بُعد أم لا. على وجه الخصوص، ينبغي ألا يُعَدّ تعهيد (outsourcing) عقد من جانب الشركة المصنّعة، أو المشيّد، إلى طرف ثالث (أي أن يقوم الأخير بالإنتاج) بمثابة تسليم رقمي عن بُعد من جانب الطرف الأساسي (المؤسسة المجيبة). ثانياً، قد تفسّر الحاجة إلى توسيع نطاق الخدمات التي تعدّ قابلة للتسليم رقمياً في المستقبل. رغم ذلك يوصي الكتيب، في الوقت الحالي، بأن تظل مجموعة المنتجات التي ينبغي اعتبارها في نطاق التجارة المسلمة رقمياً متسقة مع تلك المحددة في الجدول ٤-١ ومع التفاصيل الإضافية المبينة في الملحق «ج».

عند تجميع إحصاءات التجارة المسلمة رقمياً عبر استخدام مسح المتاجرة الدولية بالخدمات، سيُنَبِّث المِيلان إلى التسليم الرقمي، المقاس في الشركات الواقعة ضمن العينة، إلى شركات أخرى في مجتمع الدراسة المستهدف وفقاً للمعايير المطبقة في منهجية المعاينة و«التعليق» لدى المجمعين لضمان حسن تمثيل مجتمع الدراسة. بهذا المعنى، من المرجح أن تُقدّر قيم الصادرات والواردات المسلمة رقمياً عبر إجابات شركات قليلة نسبياً من ضمن العينة الإجمالية. صحيح أنّ من المرجح أن تقاس التجارة الرقمية لدى الشركات الأكبر حجماً بشكل جيّد لأنّ هذه الشركات مدرّجة بشكل روتيني في عينات المسح، لكنّ العدد الهائل من الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم غير الخاضعة للمسح والتي يجب أن تخضع للتعويض (imputation) عند التعليق، فضلاً عن عدم اليقين من وجود أيّ تعالق في السلوك بين شركات تبدو متشابهة للوهلة الأولى، سيؤثّر على متانة التقديرات الناتجة. وهذا مهمّ بشكل خاصّ عند تجميع خدمات التجارة بحسب خصائص المؤسسة (STEC).^{١٦} من الواجب إيصال المحاذير والمحدوديات المفروضة على كلّ من البيانات المستخدمة والأساليب المطبقة في مراكمة إحصاءات التجارة الرقمية إلى المستخدمين وأصحاب المصلحة.

في المدى الطويل قد يكون من المفيد، بناءً على مصادر المعلومات المختلفة ذات الصلة، وضع غُليمة (flag) في سجلات مؤسسات الأعمال وفي قوائم مجتمع الدراسة الممسوحة لعرفنة «الشركات ذات التوجّه الرقمي»، ويمكن استخدامها للاسترشاد عند اختيار الشركات المعاينة من أجل هذه التجارة في مسح الخدمات.

بمجرّد تحديد الشركات التي يُحتمل أن تشارك في الصادرات

والواردات المسلمة رقمياً، تغدو المهمة المركزية قياس أو تقدير مدى التجارة المسلمة رقمياً على يد هذه الشركات. إن لم يُستطع تجميع بيانات أوليّة من وحدة معيّنة، قد يكون من الممكن الاستفادة من إجاباتها المجمّعة في فترات سابقة (مع ما يناسب من تعديل)، أو من المعلومات التي قدّمها شركات أخرى من نفس المجموعة.

مراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر استخدام مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بمؤسّسات الأعمال

كما هو مبين في الفصل ٣، تعدّ مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بمؤسّسات الأعمال مصدرًا مشتركًا للمعلومات حول التجارة المطلوبة رقمياً، وتجري في دول الاتحاد الأوروبي، ومعظم دول منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وعدد كبير من البلدان النامية. كما استُخدمت مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بمؤسّسات الأعمال لقياس التداخل بين التجارة المسلمة رقمياً والتجارة المطلوبة رقمياً (راجع الفصل ١، الشكل ١-٣، والفصل ٣، القسم ٣-٥-٣).

من الممكن استخدام مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاص بمؤسّسات الأعمال لاستجماع معلومات حول استخدام الشركة المجيبة للوسائل الرقمية بغية تسليم منتجاتها. وتحديدًا عندما تتعدّر إضافة أسئلة حول التسليم الرقمي/عن بُعد إلى مسح المتاجرة بالخدمات (مثلاً، بسبب قيود على ميزانيتها أو مخاوف عبء الإجابة)، قد توفّر مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بالمؤسّسات مجالاً لمزيد من المرونة. والواقع أنّه من الممكن أيضاً تدميج تفاصيل مستمدّة من خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بمؤسّسات الأعمال مع معلومات من مصادر المتاجرة بالخدمات لتحقيق تقديرات حسنة التمثيل على المستوى الوطني والاستفادة من المنتج والتفاصيل الجغرافية المتاحة من مصادر التجارة.

الأسئلة ذات الصلة التي يمكن تضمينها في مسح تكنولوجيا المعلومات والاتّصالات الخاصة بمؤسّسات الأعمال قد تعتمد الخطوط الآتية:

١. [خلال فترة الإبلاغ] هل استخدمت مؤسّسة أعمالك

الوسائل الرقمية لتسليم منتجات الخدمات للزبائن؟

نعم / لا.

٢. إذا كانت الإجابة بنعم: ما هي الإيرادات من مبيعات هذه

الخدمات المسلمة رقمياً؟ % أو \$

٣. كيف كان تقسيم الإيرادات من مبيعات الخدمات المسلمة رقمياً بحسب الزبائن الموجودين في المناطق الجغرافية الآتية؟

أ. بلدك % أو \$

ب. دول أخرى % أو \$

٤. من أصل إيرادات جميع مبيعات الخدمات المسلمة رقمياً (كما في السؤال ٢)، ما هي قيمة المبيعات التي طلبت فيها الخدمة رقمياً أيضاً؟ % أو \$

٤أ. من أصل إيرادات مبيعات الخدمات المسلمة رقمياً لزبائن في الخارج (كما وردت في السؤال ٣ ب)، ما هي قيمة المبيعات التي طلبت فيها الخدمة رقمياً أيضاً؟ % أو \$

يجب دعم ما ورد أعلاه بنص تفسيري يوضح أن «الوسائل الرقمية» تشير إلى الخدمات الموردة عبر مكالمات الفيديو، أو رسائل البريد الإلكتروني المنضدة يدوياً، أو المكالمات الصوتية، أو رسائل الفاكس، أو أي أجهزة اتصال رقمية أخرى، وكذلك عبر الشبكات السحابية.

تجدر الإشارة إلى أن مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال غالباً ما يتم توجيهها

إلى قسم تكنولوجيا المعلومات في الشركة. لذا يوصى بالإشارة بوضوح إلى أن الجيب قد يحتاج إلى الاعتماد على مدخلات من زملائه في الإدارات الأخرى ذات الصلة (مثلاً، المبيعات/الحاسبة) عند الرد على الأسئلة المتعلقة بالتسليم الرقمي.

٤-٥ مصادر أخرى

بالإضافة إلى إمكانية اشتقاق تقديرات عبر استخدام مصادر مسحية كما تم إبرازها بالفعل، يمكن أن توفر مصادر إدارية متنوعة، ومصادر أخرى، استشرافات جزئية أو تكملية حول التجارة المسلمة رقمياً. تقدم الأقسام الفرعية الآتية بعض الأمثلة.

٤-٥-١ مراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر استخدام بيانات ITRS

بالنسبة إلى البلدان التي تعتمد بشكل كبير على نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية (ITRS)^{١٧} من أجل تجميع إحصاءات حول المتاجرة الدولية بالخدمات، يمكن لهذا المصدر أيضاً أن يوفر إطاراً لتقدير الخدمات المسلمة رقمياً. قد يكون هذا الأمر مفيداً بشكل خاص بالنسبة إلى معاملات تشمل مؤسسات كبيرة ومعروفة في الغالب بتوفير خدمات مسلمة رقمياً. توضح تجربة البرازيل (راجع المؤطر ٤-١١) أن هذه المقاربة

المؤطر ٤-١١: الخدمات المسلمة رقمياً في البرازيل

يتتبع البنك المركزي البرازيلي (Banco Central do Brazil (BCB)) التجارة الدولية في تدفقات الخدمات باستخدام ITRS. في الأصل تم تصميم نظام ITRS البرازيلي في إطار نظام ضوابط رأس المال الأجنبي، ولكن إذ لم يعد هذا النظام موجوداً، أعاد مصرف BCB هيكلة النظام مع التركيز على دعم (١) إحصاءات المراكمة حول القطاع الخارجي و (٢) ممارسة التقييم والإشراف على سوق صرف العملات الأجنبية. على هذا الصعيد يغطي ITRS جميع تسويات الصرف الأجنبي بين الشركات المقيمة وغير المقيمين.

يحتوي نظام ITRS البرازيلي على أكثر من ٥٠ شيفرة مختلفة لتحديد أنواع معاملات الخدمات، الأمر الذي يتيح للمراكمين الوطنيين توزيع المعاملات على ميزان المدفوعات بمستوى جيد من التفاصيل. من الممكن تحديد صناعة الجهات المعنية تلقائياً، ولا سيما صناعة الشركات المقيمة، إذ يتم تسجيل كل معاملة (أي: لا وجود لعتبة)، ولها رقم تسجيل مالي وطني يحدد الطرف المقيم. بالنسبة إلى الطرف غير المقيم، يتم توفير الاسم.

على صعيد التجارة المسلمة رقمياً، اتصل مصرف BCB بالعديد من أكبر الشركات العاملة في البرازيل لفهم نماذج أعمالها بشكل أفضل واتخاذ قرار بشأن التوزيع المناسب للمعاملات التي رُصدت في ITRS البرازيلي لفئات التجارة الرقمية.

جميع الشركات الأجنبية المتعددة الجنسيات والعاملية في البرازيل، تقريباً، تسلم خدمات رقمية للمقيمين ولديها أيضاً معاملات دولية مع الشركات الأم الأجنبية؛ هذه المعاملات الدولية هي محور قياس التجارة المسلمة رقمياً. على سبيل المثال، تمتلك إحدى الشركات الكبيرة المتعددة الجنسيات (MNE) شركة فرعية برازيلية تباع مساحات دعائية متصلة بالإنترنت لزبائن في البرازيل. الشركة التابعة موجودة فعلياً في البرازيل ويعمل فيها أكثر من ١٠٠ موظف (مطوري برمجيات ومساعد مبيعات). وهي تشتري خدمات دعائية عبر الإنترنت من الشركة الأم وتوفرها لزبائن محليين في البرازيل.

المصدر: البنك المركزي البرازيلي.

ما يسجل في باب التجارة المسلمة رقمياً. لمزيد من المعلومات حول تسجيل المعاملات التي تشمل منصات التوسط الرقمية، راجع الفصل ٥.

٤-٥-٢ مراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر استخدام بيانات ITRS

بيانات الضريبة على القيمة المضافة

أدخلت بعض البلدان تدابير لتحصيل ضريبة القيمة المضافة (VAT) على الخدمات المسلمة إليها رقمياً من أطراف أجنبية. عندما يقرن ذلك بافتراضات تبسيطية، وعلى الأخص حول المنتجات التي تبيعها كل شركة، يمكن أن يوفر ذلك مصدراً للبيانات حول التجارة المسلمة رقمياً. يقدم المؤتمر ٤-١٢ والقسم ٤-٥-٢ (ii) بعض الأمثلة.

ممكنة، وتستطيع أن توفر آلية لاشتقاق تقديرات منفصلة عن التجارة الرقمية المسلمة ضمن الشركة.

يمكن أن يكون نظام ITRS أيضاً مصدراً مفيداً لاختيار أكبر المتاجرين الدوليين بكل بند من بنود EBOPS. بناءً على ذلك يمكن استخدام التفاعل المباشر مع تلك الشركات (أو إجراء مسح صغير خاص بها) لتقدير الخدمات المسلمة رقمياً. كما يمكن اعتماد مقارنة مماثلة بدءاً من سجل مؤسسة الأعمال (أو من مصدر إداري) لاختيار أكبر الشركات، ثم مقارنة هؤلاء المشغلين.

في بعض الحالات يمكن استخدام نظام ITRS لتحديد المدفوعات من وإلى منصات التوسط الرقمية (DIPs) غير المقيمة. يجب توخي الحذر كي يُضمّن أنه عندما تدرج منصة توسط رقمية في المعاملات بين مشترين وبائعين مقيمين في الاقتصاد المراكم، يجب أن يكون المبلغ المتعلق بخدمات التوسط التي تقدمها المنصة هو وحده (وليس قيمة الخدمات المتوسطة لها)

المؤطر ٤-١٢: بيانات الضريبة على القيمة المضافة في الأرجنتين

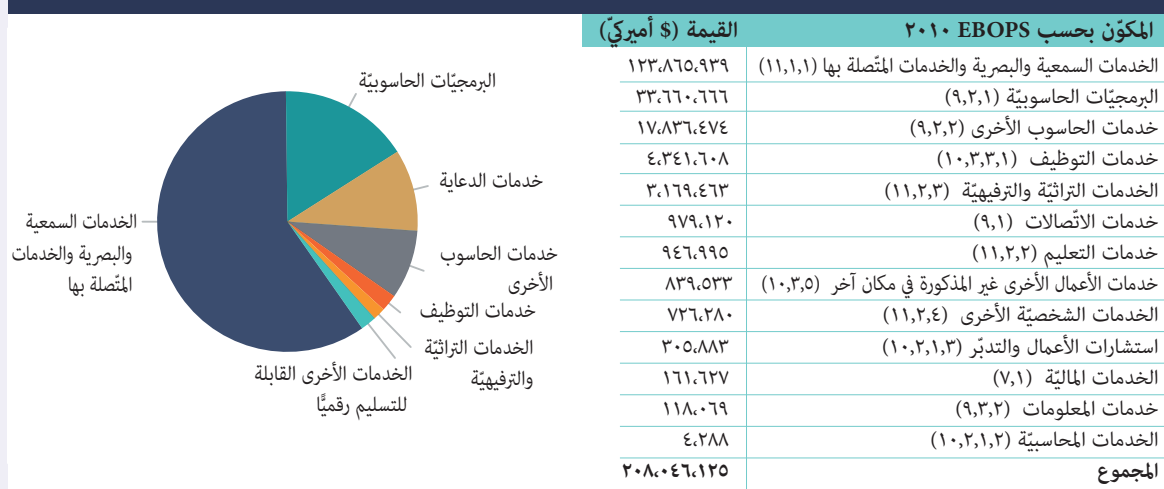
طوّرت الأرجنتين تقديرات للخدمات المسلمة رقمياً عبر الاستفادة من تشريع (القانون رقم ٢٠١٧/٢٧٤٣٠، Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina، ٢٠١٧) ينص على أن معدل ضريبة القيمة المضافة البالغ ٢١ في المائة ينطبق أيضاً على الخدمات الرقمية التي يوردها غير المقيمين للمقيمين. يُطلب من الوسطاء الماليين المقيمين، الذين يعملون كوكلاء على تحصيل هذه الضريبة، تقديم معلومات عن هذه المعاملات.

لا يمكن تفصيل (disaggregation) بيانات السلطة الضريبية بحسب تفاصيل المنتج، لذلك تُطلب معلومات إضافية مباشرة من الوسطاء. وقد تم تطوير مطابقة تفصيلية بين الشركات المشمولة والخدمات المقدمة عبر اعتماد فرضية مفادها أن الشركات غير المقيمة تصدر منتجات ذات صلة بنشاطها الرئيسي (بناءً على معلومات محدّدة من شركة الإبلاغ، مثلاً، اسمها) مع توزيع لفئات EBOPS ٢٠١٠ على النحو الآتي:

- تُسند خدمات التصنيف الائتماني والخدمات المالية الأخرى إلى الخدمات المالية ذات الرسوم المعلنة والخدمات المالية الأخرى (EBOPS ٢٠١٠، المكوّن ٧-١).
- تُسند خدمات الرسائل والمكالمات ومكالمات الفيديو عبر بروتوكول الإنترنت التي تقدمها شركات مثل Skype أو Viber إلى خدمات الاتصالات (٩-١).
- خدمات الحاسوب (٢-٩: أ) الشركات المصنّعة والموزعة لبرمجيات مكافحة الفيروسات، مثال ذلك Symantec أو Panda (١-٢-٩: البرمجيات الحاسوبية)؛ ب) التطبيقات التي تسمح بإنشاء وتصميم صفحات الويب، مثل WordPress (٩-٢-٢: خدمات الحاسوب الأخرى)؛ ج) الشركات التي تقدم استضافة لصفحات ويب (استضافة الويب) أو خواديم أو مجالات (مثل Bluehost) (٢-٢-٩: خدمات الحاسوب الأخرى)؛ د) منصات تنزيل ألعاب الفيديو أو برمجيات الحاسوب الأخرى (مثل Sega أو PlayStation Network) (١-٢-٩: البرمجيات الحاسوبية).
- خدمات المعلومات (٢-٣-٩: أ) خدمات استضافة الويب لمعلومات أو صور أو فيديو أو أي محتوى آخر يمكن تخزينه (مثل Yahoo أو Truvalia)؛ ب) خدمات الاشتراك في النسخ الرقمية للصحف/المجلات.
- تُسند المحاسبة والخدمات ذات الصلة (مثلاً، PWC) إلى خدمات المحاسبة والتدقيق المحاسبي ومسك الدفاتر والاستشارات الضريبية (٢-١-٢-١٠).
- خدمات استشارات تدبّر الأعمال وخدمات العلاقات العامة (٣-١-٢-١٠: خدمات الشركات التي توفر خدمات استشارية من خلال الائتمار عبر الفيديو أو غيرها من الوسائل الرقمية (مثل Neelus)).

- تُسند شركات مثل Instagram و Facebook و Twitter إلى خدمات الدعاية وأبحاث التسويق واستطلاعات الرأي العام (٢-٢-١٠)، بما يعكس تدفق إيراداتها الأساسي.
 - تُسند منصات التوسط التي تسهل الاتصال بين مشتريين وبائعين من مختلف خدمات الأعمال إلى «خدمات الأعمال الأخرى غير المذكورة في مكان آخر» (١٠-٣-٥)، مثلاً Habitissimo. تُسند خدمات التوظيف التي يحتل أن تكون مجانية، ولكنها تفرض رسومًا على خدمات متميزة (مثلًا، DGNet و LinkedIn)، إلى الفئة ١٠-٣-١٠.
 - الخدمات السمعية والبصرية والخدمات ذات الصلة (١-١-١١): خدمات الدفعية، أي النقل أو التوزيع الرقمي لمحتوى الوسائط المتعددة عبر الإنترنت (على سبيل المثال، Spotify و Netflix).
 - تُسند خدمات التعليم عن بُعد (مثل OpenEnglish) إلى الخدمات الأخرى الشخصية والثقافية والترفيهية (٢-٢-١١).
 - تُسند الخدمات المرتبطة بالرياضة والمقامرة (مثلًا Betsson و Bwin) إلى الخدمات الترفيهية والترفيهية (٣-٢-١١).
 - على الرغم من أن مصادر الدخل الرئيسية مستمدة من الدعايات (من البيانات)، أُسندت منصات المواعدة «المجانية» (مثل Tinder أو Badoo) إلى خدمات شخصية أخرى (٤-٢-١١).
 - بالنسبة إلى الشركات التي تقدم سلة من المنتجات (مثلًا، Google Play)، استخدمت البيانات الشفهية لتوفير انشعاب بين المنتجات، مثلًا برمجيات الحاسوب (١-٢-٩) للألعاب التي تم تنزيلها، والخدمات السمعية والبصرية والخدمات ذات الصلة (١-١-١١) لخدمات الدفعية، إلخ.
- يقدم عدد صغير من الشركات غير المقيمة كلاً من الخدمات الرقمية والسلع والخدمات غير الرقمية. بما أن البيانات متاحة على مستوى الشركة (لا بحسب المنتج)، وذلك من أجل تجنب فرض ضريبة القيمة المضافة على معاملات يغطيها القانون الجديد، اعتمدت السلطات الضريبية الأرجنتينية عتبة قدرها ١٠ دولارات أميركية لهذه الشركات. كذلك، يُفترض ألا تتصل المعاملات بمنتجات الخدمات المسلمة رقمياً.
- نظرًا إلى طبيعة الخدمات الرقمية المقدمة وطريقة الدفع (بشكل أساسي عبر البطاقات الائتمانية)، كان من المفترض أن يكون القطاع الأسري هو القطاع المقيم الرئيسي المعني. بخصوص هذه المقاربة ثمة حاجة إلى تحذيرين على صعيد مدى التغطية.
- الأول يتعلق بخدمات التوسط بالنسبة إلى منصات توسط السلع التي لا يمكن تقديرها بهذه الطريقة ولكن عمولتها، من الناحية النظرية، مدرجة في إحصاءات السلع (ومقيمة بالتكلفة والتأمين والشحن ((C.I.F)).
- الثاني يتعلق باستخدام عتبة الـ ١٠ دولارات أميركية للشركات التي تقدم كلاً من الخدمات الرقمية والسلع والخدمات غير الرقمية، على الرغم من أن البيانات الشفهية تشير إلى أن هذه ليست مشكلة كبيرة في الوقت الحالي.

الجدول ٤-٥: واردات الخدمات المسلمة رقمياً والمدفوعة من جيب الأسر في الربع الثالث من العام ٢٠٢٢



المصدر: المعهد الوطني الأرجنتيني للإحصاء والتعداد (INDEC).

بيانات الضريبة على القيمة المضافة - متجر الخدمات الموحدة (OSS) في الاتحاد الأوروبي

تمكّن مراكمو الإحصاءات في الاتحاد الأوروبي من إحراز تقدّم في معاملات الخدمات عبر الحدود من شركة إلى مستهلك (B2C) بفضل البيانات التي جمعتها السلطات الضريبية في إطار تخطيطية (scheme) ميني-متجر الخدمات الموحدة (MOSS) لضريبة القيمة المضافة. تسلّم الخدمات التي يغطّيها MOSS رقمياً. وهي تشمل استضافة مواقع الويب، وتزويد البرمجيات، والنفاد إلى قواعد البيانات، وتنزيل التطبيقات أو الموسيقى، والألعاب عبر الإنترنت، والتعليم عن بُعد.

بموجب هذه التخطيطية يجوز للشركات، ومنها الشركات غير المقيمة في الاتحاد الأوروبي، التي تقدّم خدمات معيّنة عبر الحدود لأفراد وكيانات أخرى غير مسؤولة عن دفع ضريبة القيمة المضافة في الاتحاد الأوروبي، تقديم طلب الإقرار بضريبة القيمة المضافة في دولة عضو واحدة.^{١٨} تجمع السلطات الضريبية في تلك الدولة العضو ضريبة القيمة المضافة، وتعيد توزيعها على الدول الأعضاء الأخرى على أساس ربع سنوي.

تتلقّى السلطات الضريبية في كلّ دولة عضو، من البلدان النظرية، اسم الشركة، ورقم ضريبة القيمة المضافة، وبلد التسجيل، وما إذا كانت الشركة مقيمة في الاتحاد الأوروبي، وقيمة المبيعات المجرّاة خلال فترة الإبلاغ. يمكن استخدام هذه البيانات، إذا أتيحت لمكاتب الإحصاء الوطنية أو لمراكمي الإحصاءات الرسمية، لتقدير إنفاق قطاع الأسر على الخدمات الرقمية عبر الحدود.

MOSS مصدر غنيّ بالبيانات. يلتقط العديد من المعاملات الصغيرة للأسر. لكن ما زالت هناك بعض التحديات. الشركات غير ملزمة باستخدام تخطيطية MOSS. قد يختار كبار مورّدي الخدمات تقديم إقراراتهم الضريبية من خلال وسائل أخرى. قد تحتوي البيانات أيضاً على مدفوعات عبر الحدود أجرتها كيانات أخرى غير خاضعة للضريبة، مثل الحكومة أو مقدّمو الخدمات التعليمية. لذا ينبغي توخّي الحذر لتجنّب خطر العدّ المزدوج. وقد تكون هناك تحديات أخرى مثل التوقيت وتفاصيل البلد. يمكن فهم كلّ هذه التحديات بشكل أفضل من خلال ولوج البيانات التفصيلية على مستوى الشركة.

تعدّ تخطيطية «متجر الخدمات الموحدة» (OSS)، وهي جديدة ويُعمل بها به منذ العام ٢٠٢١، توسيعاً لتخطيطية MOSS، إذ تغطّي المعاملات عبر الحدود ما بين الشركات والمستهلكين، بما في ذلك مبيعات السلع «عن بُعد» (الموافقة بشكل إجمالي مع الطلبات الرقمية)،^{١٩} فضلاً عن الخدمات الإلكترونية. تُظهر بعض التجارب المبكرة مع OSS VAT في الاتحاد

الأوروبي أنّ الحاجة قد تمسّ إلى مزيد من التنبّه والجهود التحليلية إزاء المعلومات الجديدة. يجب فصل السلع عن الخدمات، وعلى المراكمين التأكد من عدم وجود تداخل مع البيانات المجمعة من مصادر أخرى، كطاقم بيانات نظام تبادل معلومات ضريبة القيمة المضافة (VIES)، أو بيانات المسح، أو بيانات التصدير النظرية.

توضح المؤطّرات ٤-١٣ و ٤-١٤ و ٤-١٥ استخدام بيانات OSS (M) لاشتقاق تقديرات التجارة المسلمة رقمياً في الدنمارك والمجر وأيرلندا.

٤-٥-٣ مراكمة معاملات مسلمة رقمياً عبر المسوح الأسرية

الأسر نشطة للغاية كمستهلكة للخدمات المسلمة رقمياً، بما في ذلك خدمات الموسيقى الدفّعية والفيديو الدفّعية وخدمات الألعاب عبر الإنترنت، من بين أمور أخرى، فضلاً عن خدمات الاتصالات التي تتيح التسليم الرقمي. بالإضافة إلى ذلك، قد تنشط الأسر كمنتجة للخدمات المسلمة رقمياً - مثلاً عن طريق بيع محتويات فيديو أو صوتية عبر الإنترنت.

من غير المحتمل التقاط استهلاك الأسر (وارداتهم) ومبيعاتهم (صادراتهم) للخدمات المسلمة رقمياً في إحصاءات التجارة بشكل جيّد، إذ تعتمد هذه الأخيرة، تقليدياً، على مسوح خاصة بالشركات أو على أنظمة الإبلاغ عن المعاملات الدولية (ITRS). كما سبق ذكره في الفصل ٣، يمكن أن توقّر المسوح الأسرية آلية لتجميع معلومات حول إنفاق الأسر وأرباحها عبر الإنترنت - بما في ذلك تلك المتعلقة بالمنتجات القابلة للتسليم رقمياً. مع ذلك، وكما لوحظ أيضاً في الفصل ٣، يمكن للأسر أن تواجه تحديات في احتساب مصروفاتها على المنتجات ذات الصلة، وخصوصاً في تحديد ما إذا كانت المعاملات دولية (على عكس المعاملات المحليّة).

يبقى، مع ذلك، أنّه من الممكن البناء على تجارب استخدام المسوح الأسرية لقياس الإنفاق عبر الإنترنت بحسب المنتجات، وقياس الأرباح عبر الإنترنت (مثلاً، حالة كندا، راجع المؤطّر ٤-١٦) بغية اقتطاع البعد الدولي.

٤-٦ توصيات

لقد تقصّى هذا الفصل كلّاً من المصادر المسحية والمصادر غير المسحية كأساس لقياس التجارة المسلمة رقمياً. ما من مقارنة واحدة يمكنها أن توقّر قياساً ميسراً وكاملاً لجميع أبعاد الصادرات

المؤطر ٤-١٣: استخدام بيانات ضريبة القيمة المضافة من الميني-متجر للخدمات الموحدة (MOSS) في الدنمارك

في السنوات الأخيرة ازداد في الدنمارك، بشكل كبير، توفير الخدمات الرقمية المقدمة مباشرة إلى المستهلكين من القطاع الخاص. قبل أن تصبح بيانات MOSS متاحة، قدرت هيئة الإحصاء الدنماركية هذه الخدمات عبر استخدام مجموعة متنوعة من المصادر لخمس فئات مختلفة، منها الدفعية، التطبيقات، المقامرة، الألعاب، الخدمات الأخرى (Sølvsten Khalili و Burman، ٢٠١٨).

أدى إدخال واستخدام بيانات MOSS إلى مراجعات غير مهمة للتقديرات السابقة (باستثناء خدمات الرهان، إذ لم تكن مغطاة في MOSS). على سبيل المثال، في العام ٢٠١٥، تمت مراجعة واردات خدمات الحاسوب صعودياً من ٠,٤ مليار كرونة دانمركية إلى ٢,٩ مليار كرونة دانمركية، فيما عدلت واردات الخدمات السمعية والبصرية من جانب الأفراد هبوطياً (وهذا ما يعكس، على الأرجح، واقعاً مفاده أن المستهلكين يدفعون عادةً مقابل خدمات كهذه عبر اشتراكات مع وسطاء محليين).

أظهرت بيانات MOSS، إجمالاً، أن واردات الأفراد شكلت ٦ في المائة من جميع خدمات الحاسوب المستوردة، ونحو ٣٠ في المائة من الخدمات السمعية والبصرية.

لم يقدّم مكتب الإحصاء الدنماركي، بعد، بتقييم تأثير الانتقال من MOSS إلى OSS/IOSS، لكن المرتقب أن أي تغيير سيكون طفيفاً.

المصدر: Statistics Denmark.

المؤطر ٤-١٤: استخدام بيانات متجر الخدمات الموحدة (OSS) في المجر

الصادرات

تضمنت الخطوة الأولى في تقييم إمكانات ونطاق بيانات OSS مقارنةً ببيانات التصدير (في فئات الخدمة التي يغطيها OSS) لدى ١٤ شركة تمت معرفتها في كل من OSS ومسح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITSS). شكلت هذه الشركات ١٤ في المائة فقط من إجمالي الصادرات المدرجة في OSS. أما أرقام ITSS فكانت، بشكل عام، أعلى من أرقام OSS، إذ كان نطاق الخدمات المقيّمة بواسطة ITSS أرحب.

أكثر من ٦٢ في المائة من صادرات OSS ممثلة عبر ١٢ شركة، منها اثنتان فقط مدرجتان في جميع بيانات ITSS. لذا يمكن لبيانات OSS أن تسهم في تحسين نطاق بيانات ITSS من أجل تتبع التجارة الرقمية بشكل أفضل. شكلت بيانات OSS ٠,٥ في المائة من إجمالي صادرات الخدمات المجرية إلى الاتحاد الأوروبي في العام ٢٠٢١، لذا فإن هذا الجزء من بيانات ITSS مرتبط بالتأكيد بالتجارة الرقمية.

الواردات

يمكن استخدام مجموعة بيانات OSS لتقدير الخدمات المسجلة رقمياً من جانب الأسر وغير المغطاة من مصادر ITSS. كانت قيمة واردات OSS لعام ٢٠٢١ أعلى من قيمة إجمالي الواردات في بيانات ITSS على شيفرات EBOPS ٢٠١٠ ذات الصلة. وهذا يعني أن قيمة الخدمات الرقمية التي تستخدمها الأسر قد تُقدّر تبخيسياً في بيانات ITSS (علماً بأن الاختلافات في الفواتير قد تكون أيضاً مسؤولة عن التناقض). لذا سيكون التفحص المتقاطع مع بيانات OSS مفيداً في مراجعة العام ٢٠٢١. وكنسبة من إجمالي واردات خدمات الاتحاد الأوروبي، بلغت بيانات OSS ٣,٦ في المائة.

خطط مستقبلية

بالنظر إلى التداخل الطفيف بين المجيبين من ITSS و OSS في الصادرات، يمكن أن يكون OSS مفيداً في اختيار مزودي البيانات الذين يزاولون التجارة الرقمية، وفي تحسين طريقة التعليق في الصادرات.

من المخطط له ربط المؤسسات غير المقيمة بشيفرات EBOPS ٢٠١٠ ذات الصلة، ومن ثم استخدام واردات OSS لتحسين التعليق في ITSS من خلال تقدير الخدمات الرقمية التي تستخدمها الأسر.

المصدر: مكتب الإحصاء المركزي المجرى.

المؤطر ٤-١٥: تقدير مصروفات الأسر على الخدمات الرقمية في أيرلندا

في العام ٢٠٢٢ قام المكتب المركزي للإحصاء (CSO) في أيرلندا بتدميج مصادر إدارية مع بيانات متاحة للعموم بغية تجميع تقديرات مصروفات الأسر على الخدمات الرقمية. على وجه الخصوص قام CSO، مستنداً إلى مقالات ودراسات وتقارير من الشركات الخاصة والباحثين، بإجراء بحث حول توفير خدمات عبر الإنترنت من جانب شركات غير موجودة بالفعل في طاقم بيانات OSS VAT لإدراجها في التقدير.

الجدول ٤-٦: مصروفات الأسر على الخدمات الرقمية في أيرلندا

بحسب المنتج ومنطقة/بلد البائع، ٢٠٢٠، بملايين اليورو

المنطقة/البلد	الدقيقة الموسيقية والفيديوية	اللعبة عبر الإنترنت	المقامرة عبر الإنترنت	وسائل النشر/الرفاه/التواصل الاجتماعي	خدمات رقمية أخرى
إيرلندا	٢٥		٢		١١١
أوروبا (بلا إيرلندا)	٢٦٣	١١٨	١٢٨	٤٢	٦٠
أمريكا الشمالية	١١	٣			٤٤
بقية العالم					٦
غير محدد	٢٥	١٦			٤١

المصدر: مكتب الإحصاء المركزي الإيرلندي (٢٠٢٢).

والواردات المسلمة رقمياً. لكن هناك العديد من الأمثلة الملائمة، وعلى أساسها يمكن إيراد التوصيات الآتية:

١ **تعريف الخدمات المسلمة رقمياً:** الشرط المسبق كي يتم تسليم الخدمة رقمياً هو أن تكون قابلة للتسليم رقمياً. لذا يجب أن تستهدف الجهود المبذولة لقياس التجارة المسلمة رقمياً الخدمات القابلة للتسليم رقمياً كما يحددها الجدول ٤-١ ويفصلها بشكل أكبر الملحق «ج».

٢ **استخدام اجتهادات الخبراء:** في حال عدم وجود مصادر بيانات مناسبة (مثلاً، أسئلة مسحية)، يمكن اشتقاق تقديرات للخدمات المسلمة رقمياً من خلال تطبيق أنصبة اجتهادات الخبراء على ذاك الجزء المؤرد عبر الحدود (النمط ١) من كل منتج خدماتي. يمكن أن تستند هذه الأنصبة إلى مصادر مختلفة، بما في ذلك ملاحظات من البلدان ذات الخصائص المتشابهة (ولا سيما تلك المتماثلة في مستوى الدجته)، لكن يجب تطبيقها على درجة مشعّبة كفاية من تفصيل المنتج.

٣ **مراكمة الخدمات المسلمة رقمياً بناءً على مسوح التجارة الدولية بالخدمات:** يوصى، كأولوية، بتجميع

البيانات عن التجارة المسلمة رقمياً من خلال مسح المتاجرة الدولية بالخدمات. يجب أن تجمع مسح المتاجرة الدولية بالخدمات تفاصيل كافية عن المنتج (وتفاصيل عن المنتج الفرعي عند الضرورة) لإتاحة تمييز الخدمات القابلة للتسليم رقمياً من الخدمات الأخرى كأساس للمراكمة الإحصائية. وفضلاً عن ذلك، ثمة سيناريّات (synergies) يمكن إيجادها مع تجميع المعلومات حول توفير الخدمات بحسب النمط ١ (من بين أنماط التوريد الأخرى للخدمات التجارية)، وهو ما يقوم بتنفيذه عدد متزايد من البلدان في مسح خاصة حول المتاجرة الدولية بالخدمات.

• يجب تكديس منتجات الخدمة القابلة للتسليم رقمياً والمتاحة بسهولة لإعطاء قياس بشأن «تجارة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً». أدرج بند ملحق حول هذه الإحصائية في نموذج الإبلاغ (راجع الفصل ٢، المؤطر ٢-٢)، ويمكن اعتبارها تقديراً مفيداً للسقف الأقصى للتجارة المسلمة رقمياً.

• بالنسبة إلى منتجات الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (بخلاف تلك التي يُرجّح أن تسلم رقمياً بنسبة ١٠٠٪)، يجب إضافة أسئلة حول التسليم الرقمي/عن بُعد إلى

المؤطر ٤-١٦: المسوح الأسرية حول استهلاك الخدمات المسلمة رقمياً - كندا

قامت إثابيات (iterations) عدّة لـ «المسح الكندي حول استخدام الإنترنت» (CIUS)، وهو مسح أسريّ حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية، بتجميع معلومات عن إنفاق الأفراد على مختلف الخدمات الرقمية^{٢٠} وعلى الرغم من أن المسح لم يحاول تمييز عمليات الشراء من موردين في الخارج، يمكن اعتبار النتائج، في حالات تقديم الخدمات المعنية بشكل أساسي على يد موردين من خارج كندا، بمثابة قياس لواردات الخدمات المسلمة رقمياً. احتوى مسح ٢٠٢٢ على وحدو وظيفية أعيد تصميمها لتتناول الأسئلة الآتية المتعلقة بالخدمات المسلمة رقمياً:

تتعلّق الأسئلة الآتية بطليباتك عبر الإنترنت للخدمات الرقمية والسلع المادية والخدمات الأخرى، بما في ذلك ما طلبته شخصياً عبر الإنترنت لنفسك ولأسرتك وللأشخاص الآخرين. يجب أن ترتبط إجاباتك بالاستخدام من أي مكان، وأن تستبعد الاستخدام المرتبط بالعمل.

كم أنفقت على الخدمات الرقمية الآتية خلال الـ ١٢ شهراً الماضية؟

- تنزيلات الموسيقى أو الفيديو أو الاشتراكات الدفعية \$ _____
- الكتب الإلكترونية أو الكتب صوتية أو كتب الپودكاست \$ _____
- الصحف أو المجلات المتصلة بالإنترنت \$ _____
- المقامرة عبر الإنترنت \$ _____
- الألعاب عبر الإنترنت أو تطبيقات الألعاب أو تنزيلات الألعاب \$ _____
- أو عمليات الشراء داخل اللعبة \$ _____
- أيّ خدمات رقمية إضافية طلبت عبر الإنترنت \$ _____

الإجمالي

وقد وجدت وحدو وظيفية ماثلة أُدرجت في إصدارات ٢٠١٨ و ٢٠٢٠ من المسح، وتضمّنت بنوداً محدّدة كمثال «بطاقات هدايا رقمية المشتراة عبر الإنترنت للاسترداد عبر الإنترنت»، و «خدمات تخزين البيانات عبر الإنترنت»، و «الدورات أو التعلّم عبر الإنترنت»، و «تطبيقات أو برمجيات أو اشتراكات أخرى عبر الإنترنت»، أن متوسط الإنفاق لكل فرد على الخدمات الرقمية بلغ ٥٦٨ دولاراً كندياً في العام ٢٠٢٠، بزيادة قدرها ٤٠ في المائة تقريباً مقارنة بعام ٢٠١٨. وفي العام ٢٠٢٠ شكّل الإنفاق على الخدمات الرقمية نحو ١٧ في المائة من متوسط الإنفاق عبر الإنترنت على جميع السلع والخدمات^{٢١}.

استُخدم CIUS أيضاً لتجميع معلومات حول الطرق المختلفة التي اجتنى بها المجيبون مالاً عبر الإنترنت، بما في ذلك عن طريق بيع الخدمات عبر الإنترنت. طُلب من المجيبين تقديم أفضل تقدير للمبلغ الذي كسبه عبر طرق كمثال «بيع الخدمات عبر لوحات دعايات متصلة بالإنترنت» وتقديم «خدمات من نظير إلى نظير استناداً إلى منصّة». لا تتيح الفئات المعروضة على المجيبين تمييزاً صريحاً بين الأرباح من خدمات مسلمة شخصياً وبين مثيلتها المسلمة رقمياً، على الرغم من أنه قد يتم اعتماد مثل هذا التمييز في إصدار عتيد للمسح.

المصدر: Statistics Canada.

٤ استخدام استطلاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمصدر تكميلي: يمكن لاستطلاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، على التوالي، أن تعطي قياساً للتجارة المسلمة رقمياً وأن تشير إلى درجة التداخل بين الخدمات المسلمة رقمياً والخدمات المطلوبة رقمياً. يمكن تحقيق ذلك من خلال إدراج أسئلة إضافية تلمس النسبة المئوية لصادرات الخدمات المسلمة رقمياً بالإضافة

مسوح المتاجرة الدوليّة بالخدمات. يوفر استبيان الأونكتاد النموذجي (UNCTAD، ٢٠٢١ا) نقطة انطلاق مفيدة في تصميم الأسئلة لقياس الصادرات المسلمة رقمياً. يمكن للاستبيانات أن تستهدف، في وقت واحد، التسليم الرقمي والتوريد بحسب النمط ١، إذ يمكن اعتبار التوريد عبر الحدود (النمط ١) بمثابة تقدير معقول لمعظم التجارة المسلمة رقمياً.

البيانات إضافة أسئلة حول المنتجات المسلمة رقمياً إلى مسوح السفر/الحدود (المتعلقة بمعاملات النمط ٢) حتى لو لم تكن «مسوحاً أسرية» بخصر المعنى، لأنها تستهدف أشخاصاً طبيعيين (أي المسافرين/السيّاح) وتجرى عادةً لغرض تجميع إحصاءات السفر في ميزان المدفوعات.

قد تتطلب بعض البنود المشمولة ضمن التجارة الرقمية مصادر وجهوداً إضافية لقياسها، وتحديدًا خدمات التوسط الرقمي التي تقدمها منصات التوسط الرقمية (تسجل ضمن «الخدمات المتصلة بالتجارة»)، والخدمات المسلمة رقمياً والمستهلكة في الخارج (أي الموردة بحسب النمط ٢). ينبغي ألا يمنع عدم توفر تقديرات للبنود من تكديس تجارة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً بالاستناد إلى البيانات المتاحة أو إلى تقدير التجارة المسلمة رقمياً بحسب النمط ١.

يمكن أدمجة معلومات من مصادر مختلفة لاشتقاق تقديرات حول التجارة المسلمة رقمياً تكون حسنة التمثيل لجميع الوحدات المؤسسية في الاقتصاد ككل. في مطلق الأحوال، من الضروري تسجيل المصادر المستخدمة والإبلاغ عنها، ومدى تغطية تقديرات التجارة المسلمة رقمياً من حيث المفاهيم، وأحجام الشركات، والصناعات، وغيرها، لتمكين المستخدمين من فهم الإحصاءات بشكل صحيح ولتسهيل المقارنات الدولية.

من أجل دعم المستخدمين في اجتلاء المصادر المختلفة لقياس التجارة المسلمة رقمياً، يقدم الجدول ٤-٧ لمحة موجزة عن نقاط القوة والحدود في المصادر التي تناولها هذا الفصل.

إلى حصة المنتجات المطلوبة رقمياً. وفي الأخير، سيتعين تدميج البيانات المستجلبّة من مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات لاشتقاق تقسيمات بحسب المنتج والجغرافيا.

٥ استخدام نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية (ITRS) كمصدر تكميلي: يمكن أن يكون نظام ITRS مصدرًا مفيدًا لمعرفة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً على مستوى الاقتصاد ككل، لكن يجب بذل الجهود (من خلال تقصي الشركات الفردية) لاشتقاق التقسيمات بحسب المنتج من مصادر أخرى. فمن النادر أن تكون هذه المعلومات متاحة في ITRS.

٦ استخدام البيانات الإدارية (مثل سجلات ضريبة القيمة المضافة): نفذت بعض البلدان أنظمة لتحصيل ضريبة القيمة المضافة من مزودي الخدمات الرقمية غير المقيمين. يمكن أن تكون البيانات الإدارية المرتبطة بهذه الأنظمة مصدرًا مفيدًا للغاية للمعلومات حول ما تستورده الأسر من خدمات مسلمة رقمياً، وهي منطقة قد تكون فيها تغطية المصادر الأخرى ضعيفة (حتى لو كانت التقديرات الإجمالية للاستهلاك الأسري متينة).

٧ استخدام المسوح الأسرية: أكثرية المصادر المحددة في هذا الفصل هدفها الشركات بشكل أساسي. في الوقت عينه، تشتري الأسر وتستهلك خدمات مسلمة رقمياً بشكل متزايد، وغالبًا ما توفرها لها كيانات غير مقيمة. يجب أن يقوم المراقبون بمزيد من التقصي لكيفية استخدام المسوح الأسرية من أجل تجميع معلومات عن المعاملات التجارية الرقمية التي تتناول الأسر. من واجب القيمين على تجميع

الجدول ٤-٧: نقاط القوة والحدوديات في مصادر قياس التجارة المسلمة رقمياً

المصدر	نقاط القوة	المحدوديات
الخدمات القابلة للتسليم رقمياً (مراكمة من بيانات مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات)	يمكن مراكمتها عبر استخدام تفاصيل المنتج المتوفرة بشكل شائع في إحصاءات تجارة الخدمات الحالية.	قابل للتسليم رقمياً ≠ مسلم رقمياً لا تغطي الخدمات المسلمة رقمياً والمستهلكة أثناء السفر (النمط ٢).
الخدمات الموردة رقمياً (النمط ١) - مقدرة استناداً إلى اجتهادات الخبراء	تستفيد من إطار أنماط التوريد الحالية لقياس تجارة الخدمات المسلمة رقمياً.	لا تغطي الخدمات المسلمة رقمياً والمستهلكة أثناء السفر (النمط ٢). يتضمن النمط ١ الخدمات الموردة بالبريد (بالرغم من أن حجمها، في الغالب، لم يعد يُذكر إذا كان المنتج قابلاً للتسليم رقمياً).
الخدمات الموردة رقمياً (النمط ١) - مقاسة عبر أسئلة مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات	تقيس دور التجارة المسلمة رقمياً. لا حاجة إلى أسئلة منفصلة لقياس التجارة المسلمة رقمياً والتجارة بحسب النمط ١.	يقتضي تنفيذ الأسئلة المتعلقة بالتسليم عن بُعد في مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات كمّاً من الموارد ويزيد العبء على المجيب.
مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال	يمكن أن توفر مزيداً من المرونة لإضافة أسئلة جديدة، بخلاف مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات. يمكن استخدامها لقياس التداخل المفاهيمي بين التجارة المطلوبة رقمياً و التجارة الموردة رقمياً.	لا توجد أمثلة حيّة لمسوح من بين مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال تتضمن وحدات وظيفية حول التسليم الرقمي. قد يبيّن أن التدمج بين نتائجها وبين الأرقام المجتناة من مصادر المتاجرة الدولية بالخدمات أمر صعب من دون وجود سجل مركزي لمؤسسات الأعمال.
نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية (ITRS)	يمكن أن يوفر مصدراً جاهزاً للبيانات عن التجارة المسلمة رقمياً. بالإضافة إلى ذلك، يمكن تضمينه معلومات تكميلية مع عبء منخفض على المجيبين.	الأكثر ملاءمة لعرفنة المعاملات التي تتناول شركات كبيرة معروفة بإنتاج خدمات مسلمة رقمياً. عندما تقوم البنوك بالإبلاغ عن المعاملات نيابة عن المتعاملين، قد ينشأ احتمال أكبر للتصنيف المغلوط. تسجل المعاملات عند تسديد المدفوعات، وليس بالضرورة عند إطلاق المنتج واستهلاكه. قد لا يكون البلد-الطرف المسؤول عن الدفع هو نفسه البلد الشريك الذي وُردت الخدمة إليه. يتطلب التخفيف من حدة هذه المشكلات كمّاً من الموارد لإجراء تفحّصات صارمة للجودة، وللتأكد من أن المُبلغين في المؤسسات المالية مدربون جيّداً، وما إلى ذلك.
بيانات الضريبة على القيمة المضافة	يمكن أن توفر مصدراً جاهزاً للبيانات عن التجارة المسلمة رقمياً.	متاحة فقط عندما تُحصل ضريبة القيمة المضافة من مزودي الخدمات الرقمية غير المقيمين. تغطي فقط مؤسسات الأعمال الخاضعة لضريبة القيمة المضافة والمسجلة لدفعها. قد لا تكون المعلومات المجمعة لأغراض ضريبة القيمة المضافة مناسبة تماماً لقياس التجارة المسلمة رقمياً، مثلاً إن لم يتم الإبلاغ بشكل منفصل عن الخدمات المسلمة رقمياً وتلك المسلمة مادياً.
المسوح الأسرية	واردات وصادرات الخدمات المسلمة رقمياً من وإلى الأسر وغير المشمولة في مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات/أنظمة الإبلاغ عن المعاملات الدولية. يمكن للمسوح الأسرية أن توفر آلية لتجميع هذه المعلومات.	قد تواجه الأسر صعوبة كبيرة في التمييز الصحيح بين المعاملات الدولية والمعاملات المحلية.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD، و WTO.

حَوَاشٍ ختامية

١. الإنترنت هو شبكة مغلقة تستخدم بروتوكولات الإنترنت لتشاطر معلومات بشكل آمن بين مؤسسة الأعمال وبين المورد أو البائع أو الزبائن أو شركاء الأعمال الآخرين. من الممكن أن يتخذ الإنترنت شكل امتداد آمن لشبكة إنترنت تسمح للمستخدمين الخارجيين بالنفاذ إلى بعض أجزاء شبكة الإنترنت الخاصة بالمؤسسة. كما يمكن أن يكون جزءاً خاصاً من موقع الويب الخاص بالمؤسسة، ويمكن لشركاء الأعمال النفاذ إليه بعد استيثاق عبر صفحة تسجيل الدخول (UNCTAD, 2021a).
٢. بالنسبة إلى الهاتف والفاكس، تجدر الإشارة إلى أن الشبكات التي يعتمدان عليها أصبحت رقمية إلى حد كبير، وذلك، جزئياً، من خلال اعتماد تقنية نقل الصوت عبر الإنترنت (VoIP). لذا فإن «الشبكات الصوتية» لم تعد متميزة عن «الشبكات الحاسوبية» في التجارة المسجلة رقمياً.
٣. راجع (UNCTAD 2015). قُدِّم هذا العمل أيضاً إلى لجنة الإحصاء في الأمم المتحدة كتقريرين مرفوعين من (TGServ (E/CN.3/2016/13) <http://unstats.un.org/unsd/statcom/47th-session/documents/2016-13-Partnership-on-Measure-ICT-for-Development-E.pdf> ومن فريق العمل المعني بإحصاءات التجارة الدولية (TFITS) (E/ CN.3/2016/24) <http://unstats.un.org/unsd/statcom/47th-session/documents/2016-24-Interagency-TF-on-international-trade-statistics-E.pdf>.
٤. «تعريف تبادل البيانات الإحصائية والبيانات الوصفية حول هيكلية بيانات ميزان المدفوعات». راجع https://sdmx.org/?page_id=1747.
٥. التوائم الرقمي هو نموذج افتراضي مصمم ليعكس بدقة كائناً مادياً. الكائن موضع الدراسة - مثلاً، مبنى تجاري - مزود بمحاسيس (sensors) مختلفة متصلة بمجالات حيوية من الوظائف. تنتج هذه المحاسيس بيانات حول الجوانب المختلفة لأداء الكائن المادي، كمثل الطاقة المستفاد (energy output)، والحرارة (temperature)، والظروف المناخية، وغيرها. ثم ترسل هذه البيانات إلى نظام معالجة وتطبق على النسخة الرقمية. بمجرد حياة مثل هذه البيانات، يمكن استخدام النموذج الافتراضي لتشغيل محاكاة (simulations) ودراسة مشكلات الأداء وتوليد تحسينات ممكنة، كل ذلك بهدف حياة استشرافات قيمة يمكن بعدئذ تطبيقها مرة أخرى على الكائن المادي الأصلي. (المصدر: <https://www.ibm.com/topics/what-is-a-digital-twin>).
٦. بما أن «البناء» هو بند أساسه المتعامل (transactor-based) في ميزان المدفوعات، فقد يشمل خدمات عبر التسليم الرقمي يقدمها موزعون من البلد الذي ينشأ فيه المشروع (مثلاً خدمات التصميم المعماري أو الهندسة). لكن تفكيك العناصر المختلفة عويص للغاية على صعيد الممارسة، ولما كان البناء، في جوهره، نشاطاً مادياً بحكم طبيعته، فهو غير مشمول في قائمة البنود القابلة للتسليم رقمياً.
٧. راجع الملحوظة الإرشادية F.18: تسجيل الأصول المشفرة القابلة للاستبدال في الإحصاءات الماكرو-اقتصادية. راجع <https://www.imf.org/en/Data/Statistics/BPM/approved-guidance-notes>.
٨. سيتم توسيع ذلك في دليل ميزان المدفوعات ووضعيات الاستثمار الدولي المنقح (BPM7) ليشمل الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية. راجع <https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/approved-guidance-notes/c1-recording-of-transactorbased-components-of-services.ashx>.
٩. <https://unctadstat.unctad.org/wds/> و <https://stats.wto.org/TableView/tableView.aspx?ReportId=158358>.
١٠. https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TISP_10_EBOPS2010.
١١. «التجارة بالخدمات بحسب نمط التوريد» (TiMoS) الخاصة بمنظمة التجارة العالمية هي طاقم بيانات اختياري أنتجته منظمة التجارة العالمية وتموله المديرية العامة للتجارة التابعة للمفوضية الأوروبية.
١٢. TiMoS هي طاقم بيانات اختياري أنتجته منظمة التجارة العالمية وتموله المديرية العامة للتجارة التابعة للمفوضية الأوروبية. بسبب عدم توفر معلومات كهذه في إحصاءات التجارة الرسمية، كان الهدف من TiMoS إعطاء صورة إجمالية لأول مرة حول المتاجرة الدولية بالخدمات وفقاً لأنماط التوريد الأربعة على النحو المحدد في GATS. ويتم ذلك على أساس توصيات 2010 MSITS (UN وآخرون، 2010). في حال عدم وجود تقديرات وطنية، تعتمد مقارنة مبسطة لتقسيم المعاملات بحسب أنماط التوريد. تطبق هذه المقارنة لتوزيع بيانات ميزان المدفوعات لأنماط التوريد، ومعظمها من الأنماط 1 و 2 و 4 (راجع الفصل 2، المؤطر 2-2، لتعريفات الأنماط الأربعة). يُخصص كل نوع من أنواع الخدمة لنمط مهيم واحد أو، في حال عدم وجود نمط مهيم واحد، تطبق أنصبة توزيع. تدمج خبرات فردية بالنسبة إلى الاقتصادات التي أجرت مسوحاً أو دراسات مخصصة. في هذه الحالات يُستبدل التوزيع القرضاني (default allocation) بالمعلومات المقدمة على المستوى الوطني («المقارنة المبسطة المعززة»). يقدر النمط 3، في الغالب، عبر استخدام الإحصاءات الخاصة بالشركات التابعة الأجنبية.
١٣. لم تُدرج خدمات البيع بالمفرق وخدمات التوزيع ضمن هذه التقديرات، لأن قيمتها مغطاة في ميزان المدفوعات بشكل لا يمكن معه تمييزها من قيمة السلع المتداولة. تغطي قيمة خدمات التوزيع المؤداة على أساس عمولة كخدمات «متصلة بالتجارة»، وهذه مدرجة ضمن «خدمات الأعمال الأخرى».
١٤. قد يظل التوريد البريدي مهماً في بعض الحالات، كالبلدان النامية ذات المستويات الأكثر انخفاضاً على صعيد الدجته، يجب أخذ هذا الأمر في الحسبان عند تصميم تجميعات البيانات.
١٥. «خدمات التصنيع»؛ «الصيانة والتصليح»؛ «المواصلات»؛ «البناء»؛ «السلع والخدمات الحكومية غير المذكورة في مكان آخر» غير مشمولة في الملحق «د»، إذ لا تُعد بشكل عام، في هذا الكتيب، قابلة للتسليم رقمياً.
١٦. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/experimental-statistics/stec>.
١٧. ITRS هو نظام لتجميع بيانات حول التسويات الدولية الفردية و/أو المعاملات كما أبلغت عنها البنوك (نيابة عن المتعاملين والشركات والأسر)، أو المتعاملون أنفسهم (عادةً، الشركات). من المهم الإشارة إلى أن ITRS لديه عيوب في قياس المتاجرة الدولية بالخدمات، كما هو موضح في 2010 MSITS (UN وآخرون، 2010a) وفي دليل MSITS للمراكم (UN وآخرون، 2010b). تشمل هذه: احتمال أعلى للتصنيف المخلوط، إذ تصنف البنوك المعاملات نيابة عن المبلغين؛ المعاملات التي تسجل عند إجراء المدفوعات، وليس بالضرورة وقت الإنتاج والاستهلاك؛ الدولة المقابلة المسؤولة عن الدفع قد لا تتوافق مع الدولة الشريكة التي وُردت منها الخدمة أو إليها. مع ذلك يمكن تخفيف هذه العوائق، جزئياً على الأقل، كما هو موضح في حالة البرازيل (المؤطر 4-11)، على سبيل المثال عبر تفحصات صارمة حول الجودة، والتأكد من أن المبلغين في المؤسسات المالية مدربون جيداً. يمكن إدراج معلومات تكميلية من دون زيادة العبء على المحيين. عندما تكون عتبات الإبلاغ غائبة أو منخفضة، كما هي الحال أغلب الأحيان، قد يكون مدى تغطية البيانات أعلى في نظام ITRS مما هو عليه في نظام «مسح المتاجرة الدولية بالخدمات» ITSS.
١٨. https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-18.digital-services-moss-scheme/index_en.htm.
١٩. «الناظمة التنفيذية للمجلس (الاتحاد الأوروبي) 2026/2019» في ما يختص بتوريد السلع أو الخدمات التي تسهلها الواجهات البينية الإلكترونية والتخطيطات الخاصة للأشخاص الذين يخضعون للضريبة من مقدمي الخدمات إلى أشخاص غير خاضعين للضريبة ويقومون ببيع السلع عن بُعد وبعض التوريدات المحلية للسلع.
٢٠. <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=4432>.
٢١. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=2210013901>.



٥- منصّات التوسّط الرقمية (DIPs)

يُدرج هذا الكتيّب فصلاً على حدة عن منصّات التوسّط الرقمية (DIPs) نظراً إلى أهميّتها في تيسير التجارة الرقمية، والنطاق الذي توفّره للقياس المنشود، وتحديات المراكمة الخاصّة بها. يصف هذا الفصل المبادئ المحاسبية لتسجيل المعاملات التي تيسرها منصّات التوسّط الرقمية، ويقدم أمثلة على المبادرات الحاليّة والمسوّح ومصادر البيانات الضخمة المستخدمة لقياس معاملات منصّات التوسّط الرقمية.

٥-١ مقدمة

يُعرّف الفصل ٢ منصات التوسط الرقمية (DIPs) على النحو الآتي:

«واجهات بينية تتّصل بالإنترنت وتسهّل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشتريين وجملة من البائعين، من دون أن تحوز المنصة الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تقدّم الخدمات التي يتمّ بيعها (بتوسطها).»

كانت منصات التوسط الرقمية من المحركات الرئيسية في التحول الرقمي. لقد سهّلت نفاذ العديد من المنتجين، ولا سيّما الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم (MSMEs)، إلى السوق العالمية. كما منحت المشتريين فوائد عدّة، منها النفاذ إلى مجموعة متنوعة من المنتجات والقدرة على مقارنة الأسعار بسهولة أكبر. ثمّ مكّنت هذه المنصات أنشطة الجديدة ونماذج أعمال جديدة، منها المعاملات من نظير إلى نظير وتشاطر الموارد بين الأسر. على الرغم من أنّ المعاملات التي تتم بتوسط منصات DIPs مدرّجة، من حيث المبدأ، في إحصاءات التجارة التقليدية، ويغطّيها مفهومها التجارة المطلوبة رقمياً و/أو التجارة المسلّمة رقمياً، تُبرز هذه المنصات بشكل منفصل في كلّ من الإطار المفاهيمي (راجع الفصل ٢، الشكل ٢-١) وفي نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الفصل ٢، الجدول ٢-١) نظراً إلى دورها المهمّ في الاقتصاد، والاهتمام الذي تحظى به عند رسم السياسات، وتحديات المراكمة المخصوصة التي تطرحها. تتضمن أمثلة منصات التوسط الرقمية ما يأتي:

- منصات مواقع التسوّق التي تجمع بين المشتريين والبائعين لتداول السلع والخدمات، مثلاً المنصات التي تسهّل المبيت القصير الأجل؛
- المنصات التي تسهّل طلب سيارات الأجرة، المماثلة لخدمات سيارات الأجرة؛
- المنصات التي تسهّل تشاطر الأصول الأسرية، مثل تشاطر السيارات؛
- المنصات التي تتوسّط تبادل محتوى إلكتروني (من دون حيازة الملكية الاقتصادية لمنتجات الملكية الفكرية التي توزّعها)، مثل متاجر التطبيقات.

يمكن لجميع القطاعات المؤسسية في الاقتصاد استخدام منصات التوسط الرقمية لتداول السلع والخدمات. الشركات غير المالية والقطاع الأسري، على وجه الخصوص، تستخدم هذه المنصات عند إجراء مشترياتها ومبيعاتها.

بما أنّ الواجهة البينية التي تستضيفها منصة التوسط الرقمية

مصمّمة خصيصاً لتأدية الطلبات، يفترض هذا الكتيّب أنّ جميع المعاملات (أي السلع والخدمات) التي تتمّ عبر المنصة تؤدي رقمياً. في بعض الحالات، يمكن أيضاً تسليم المعاملات (أي الخدمات) الميسّرة رقمياً عبر منصات التوسط الرقمية.

كما هو موضح في الفصل ٢، الخدمة التي تقدّمها منصات التوسط الرقمية هي خدمة «تليبق» المشتريين مع البائعين، ومن ثمّ تسهيل تبادل السلع أو توفير الخدمات. يُعرّف الفصل ٢ خدمات التوسط الرقمية هذه على النحو الآتي:

«واجهات بينية تتّصل بالإنترنت وتسهّل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشتريين وجملة من البائعين، من دون أن تحوز وحدة التوسط الملكية الاقتصادية للسلع أو أن تقدّم الخدمات التي يتمّ بيعها (بتوسطها).»

تُطلّب خدمات التوسط الرقمية بشكل رقمي كما تسلم بشكل رقمي.

مقابل تقديم خدمات التوسط الرقمية، تستوفي المنصات رسوماً من المشتري أو من البائع أو من كليهما. قد تُصدّر فاتورة منفصلة بمهذ الرسوم وقد لا تُصدّر، وقد يتمّ تحصيلها وقت إبرام المعاملة الرئيسية المجرة عبر المنصة، أو بشكل منفصل. غالباً ما يتعيّن دفع قيمة المعاملة إلكترونياً، على الرغم من أنّ وسيلة الدفع ليست هي ما يحدّد ما إذا كانت المعاملة الأساسية مطلوبة رقمياً أو مسلّمة رقمياً.

هناك مشغّلون آخرون متّصلون بالإنترنت (رقميّون) ولا يستوفون تعريف منصات التوسط الرقمية كما يرد في هذا الكتيّب. يمكن العثور على توصيف لهؤلاء في الفصل ٢ (راجع القسم ٢-٤-١).

لا يزال قياس نشاط منصات التوسط الرقمية يشكّل تحدّياً كبيراً، وعلى غرار العديد من المجالات الأخرى في هذا الكتيّب لا تزال إرشادات المراكمة في مرحلة استكشافية. يناقش القسم ٢-٥ تصنيف منصات التوسط الرقمية وخدمات التوسط الرقمية. يصف القسم ٣-٥ المبادئ المحاسبية لتسجيل المعاملات الدولية المتّصلة بمنصات التوسط الرقمية. يقدّم القسم ٤-٥ إرشادات حول قياس منصات التوسط الرقمية المنشأة ضمن الاقتصاد المراكم، وبعض الخبرات حول مراكمة واردات خدمات التوسط الرقمية. يوجز القسم ٥-٥ التوصيات الرئيسية.

على الرغم من حداثة عهد المحاولات المبذولة لمراكمة إحصاءات حول منصات التوسط الرقمية وقياس أنشطتها، يُقترح في هذا الفصل أنّه يمكن إحراز بعض التقدّم، ويستطيع المراكمون تجميع بيانات مفيدة تتيح مراكمة إحصاءات حول المتاجرة الدولية بخدمات التوسط الرقمية.

٥-٢ تصنيف منصات التوسط الرقمية وخدمات التوسط الرقمية

عند كتابة هذا التقرير، ما تزال المناقشات جارية على قدم وساق حول تصنيف الـ DIPs صناعيًا وحول تصنيف منتجات خدمات التوسط الرقمية التي تقدمها.

تقوم لجنة خبراء الأمم المتحدة المعنية بالتصنيفات الإحصائية الدولية (UNCEISC)، من خلال فريق العمليات المتخصصة المعني بالتصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC-TT)، بتنسيق المراجعة الرابعة لهذا التصنيف (ISIC Rev.4). يتماشى تعريف أنشطة التوسط غير المالية كما طرحها ISIC-TT مع تعريف منصات التوسط الرقمية الوارد في هذا الكتيب، ويتنظم الثاني ضمن الأول.^١

أثبت ISIC-TT أنه لا يجوز معاملة منصات التوسط الرقمية بشكل مختلف عن الشركات الأخرى التي تقدم خدمات توسط عبر وسائل غير رقمية، إذ تم الاتفاق على عدم استخدام الدجته كعميار تصنيف في ISIC. يوصي فريق العمليات بأن تصنف منصات التوسط الرقمية ضمن الصناعة المولدة للمنتجات الوسيطة، وهذا يعني أن معاملات المنصة التوسطية في السلع ستصنف ضمن قطاع تجارة الجملة أو المفرق.^٢

تتبع التصنيفات الإقليمية الأخرى للصناعات نفس مبادئ ISIC. مثلاً، في إصدار العام ٢٠٢٢ من نظام تصنيف الصناعات في أمريكا الشمالية (NAICS)، المستخدم في كندا والمكسيك والولايات المتحدة، تصنف منصات التوسط لبيع السلع في الفئة التي تنتمي إليها، ومن دون تمييز، شركات الجملة والمفرق الإلكتروني (e-tailers)،^٣ وشركات المفرق التقليدية، أي أن خدمات المنصات التوسطية مصنفة ضمن صناعة الخدمة المتوسطة لها، كما هي الحال مع ISIC.

تعريف خدمات التوسط الرقمية وتصنيفها قيد المناقشة أيضاً في سياق مراجعة «التصنيف المركزي للمنتجات» (CPC)، ولكنها ليست متقدمة مثل أعمال مراجعة ISIC.

طوّرت إرشادات في ضوء تحديث «دليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي». يوصي الإصدار السادس (BPM6) من هذا الدليل (IMF، ٢٠٠٩) بتصنيف خدمات التوسط الرقمية ضمن «الخدمات المتصلة بالتجارة»، وهي تغطي حالياً العمولات على معاملات السلع والخدمات المستحقة الدفع لتجار وممارسة ومضاربين وبائعين بالمزاد وكلاء بالعمولة (BPM6، الفقرة ١٠-١٥٨) (IMF، ٢٠٠٩). ينطبق هذا التصنيف على التوسط في كل من السلع والخدمات (لاحظ أن التوسط للسلع كان دائماً من ضمن «الخدمات المتصلة بالتجارة»).

٥-٣ المبادئ المحاسبية لمعاملات منصات التوسط الرقمية

تشمل المعاملات التي تسهلها منصات التوسط الرقمية ثلاث جهات فاعلة على الأقل: مشترياً (أو مستهلكاً) للسلع أو الخدمات المتوسطة لها؛ بائعاً (قد يكون أيضاً منتجاً) للسلع أو الخدمات المتوسطة لها؛ منصة تسهل المعاملات عبر تقديم خدمات توسط رقمية. عندما تكون جهة من الجهات الفاعلة، على الأقل، مقيمة في اقتصاد مختلف عن اقتصاد الآخرين، يجب تسجيل المعاملات ذات الصلة ضمن الحسابات الدولية.

تتبع المبادئ المحاسبية لتسجيل المعاملات المتعلقة بمنصات التوسط الرقمية وخدمات التوسط الرقمية من الخصائص المحددة للمنصة وخدمة التوسط التي تقدمها. بحكم التعريف، لا تستحوذ المنصات على السلع ولا تقدم الخدمات المتوسطة لها. دورها التسهيل أو «التبليقي» هو بمثابة دور المرتب، على النحو المحدد في BPM6 (الفقرة ٣-١٠): «تقوم وحدة واحدة (وكيل) بترتيب معاملة بين وحدتين أخريين مقابل رسوم من أحد طرفي المعاملة أو كليهما». (IMF، ٢٠٠٩)

في هذه الحالة، وكما هو موضح في BPM6 (الفقرتين ٣-١٠ و ٤-١٤٩) (IMF، ٢٠٠٩)، يجب تسجيل المعاملة الرئيسية (أي توفير السلعة أو تقديم الخدمة المتوسطة لها) في حسابات البائع/المنتج والمشتري/المستهلك. أمّا حسابات الوكيل (أي المنصة) فتُظهر فقط الرسوم المستوفاة لقاء خدمات التيسير المقدمة. تتماشى هذه المعالجة مع الإرشادات المقدمة في سياق تحديتي نظام الحسابات القومية (SNA) ودليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي (BPM)،^٤ وكذلك مع الإصدار الأول (عام ٢٠١٩) لهذا الكتيب.

يوضح الشكل ٥-١ معاملة DIP نموذجية. على سبيل المثال، في «العالم المادي»، يمكن للزبون ترتيب ركوب سيارة أجرة من خلال التفاعل رأساً مع السائق، وسيدفع له مباشرة مقابل التوصيلة. لكن، ونتيجة للدجته، يمكن الآن إشراك وسيط متصل بالإنترنت من أجل تليق الزبون مع السائق، وربما أيضاً تدبّر الدفع. لذا فإن تسجيل المعاملات في الحسابات الدولية يعتمد على مكان إقامة الجهات الثلاث المعنية. غالباً ما تكون المعاملة بين السائق والزبون محلية (الاثنان من نفس الاقتصاد)، لكن توفير خدمة التليق الداعمة قد تتم عبر منصة غير مقيمة، بحيث تتوافق الرسوم مع توفير عبر الحدود لخدمة توسط مطلوبة رقمياً ومسلّمة رقمياً. في حالة المسافرين، قد لا يكون الزبون (سائح مثلاً) مقيماً في نفس اقتصاد السائق، الأمر الذي يضيف طبقة أخرى من التعقيد (راجع الجدول ٥-٣).

٥-٣-١ فكفكة معاملات منصّة التوسّط الرقمية

كما هو موضح في الشكل ٥-١، يستلزم التسجيل الصحيح للمعاملات الميسّرة عبر منصّات التوسّط الرقمية بعض الاهتمام من جانب المراكمين. أولاً، من الضروريّ التمييز بين تسليم السلع أو الخدمات (المعاملة بين البائع والمشتري) وبين توفير خدمات التوسّط (المعاملة بين المنصّة وكلّ من البائع والمشتري). ثانياً، من الضروريّ تحليل تقديم خدمات التوسّط بمزيد من التفصيل.

يعوّض على المنصّات مقابل تقديمها خدمات التوسّط الرقمية عبر رسوم مستوفاة من المشتري أو من البائع أو من كليهما. قد تُصدّر فاتورة منفصلة بهذه الرسوم أو لا تُصدّر (أي تكون مبنّدة ضمن فواتير)، ويمكن تحصيلها بالتزامن مع تحصيل المعاملة الرئيسية المجرة عبر DIP أو بالاستقلال عنها.

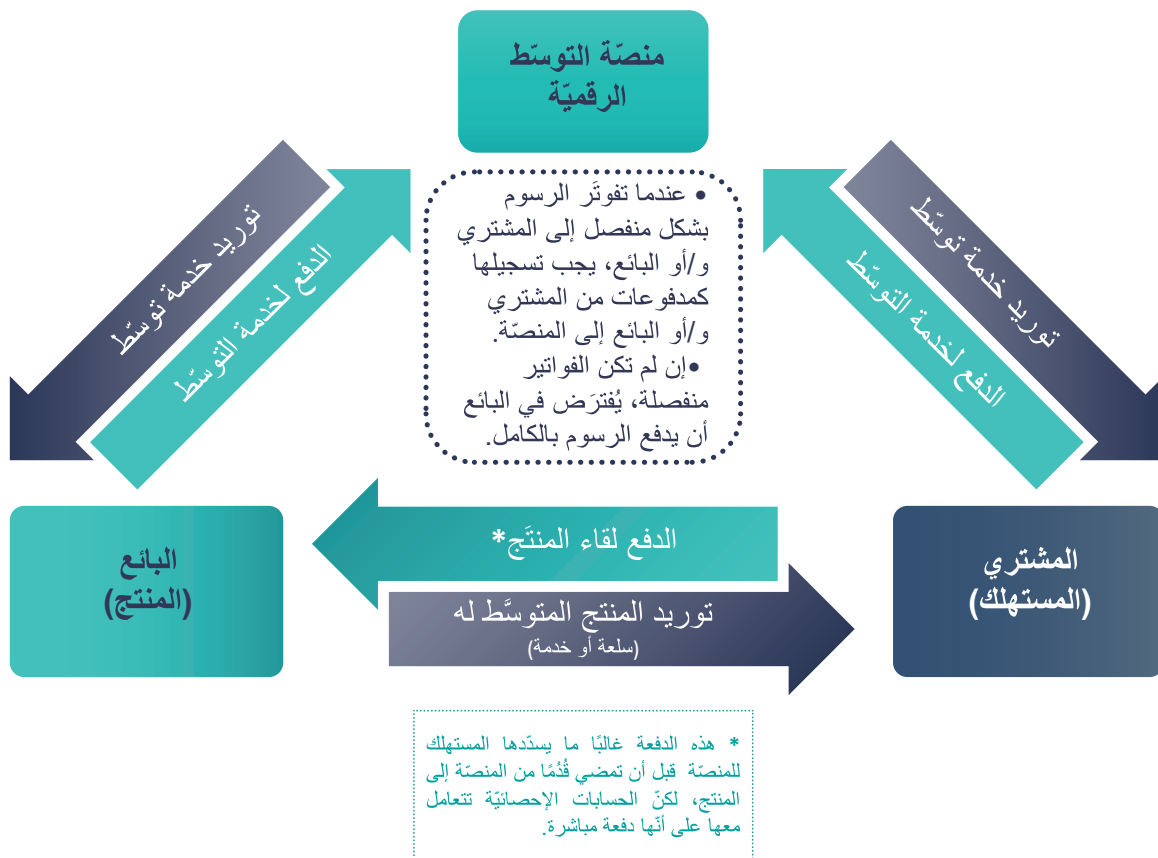
تحديد رسوم التوسّط وإسنادها بشكل صحيح، رغم صعوبتهما، ضروريّان لقياس دور المنصّة. يوضح الجدول ٥-١

ثلاثة سيناريوهات مختلفة قد يواجهها المراكمون. إذا كانت الرسوم مبنّدة بشكل بيّن على الفاتورة ومعزّوة إلى البائع و/أو المشتري، يشار إليها بأنّها «بيّنة» (explicit). إن لم يكن الأمر كذلك، أو إذا كانت المعلومات غير معروفة لدى المراكم، تُعدّ الرسوم «مضمّرة» (implicit)، وسيكون على المراكمين اللجوء إلى افتراضات حول قيمة الرسوم ومن يدفعها.

يجب تسجيل الرسوم البيّنة كدفعّة إلى المنصّة، مقابل خدمات التوسّط، من المشتري و/أو البائع وفقاً للجدول ٥-١.

الرسوم المضمّرة هي ما ينبغي عزّؤه. يمكن اعتماد الافتراض القائل بأنّ الفرق بين ما يدفعه المشتري وما يتلقاه البائع يعكس قيمة خدمات التوسّط الرقمية. لكن، بما أنّ المراكمين قد يعلمون، أو يَرصدون، واحداً فقط من هذين المبلغين، قد تكون المقاربة الأكثر عمليّة تقدير رسوم التوسّط بشكل منفصل، على سبيل المثال استناداً إلى إعلانات من المنصّة العاملة في الاقتصاد المبلغ (على النحو المقترح في الإرشاد المحدث 6BPM).^٥ عندما يتعذّر، بسبب محدوديّات البيانات، تحديد من يدفع الرسوم، يُتّخذ من الفرضيّة القائلة بأنّ رسوم التوسّط يتحمّلها البائع بالكامل.^٦

الشكل ٥-١: معاملة منصّة توسّط رقمية



الجدول ٥-١: الرسوم البيئية والمضمة المدفوعة لمنصات التوسط الرقمية

التوصيف	النوع	التسجيل
الرسوم التي يدفعها المشتري و/أو البائع معلومة	بين	إظهار الرسوم التي يدفعها المشتري و/أو البائع إلى المنصة
معلوم من يدفع الرسم (الرسوم) لكن مبلغه (-ها) غير معلوم	مُضمّر	تقدير الرسوم التي يدفعها المشتري و/أو البائع إلى المنصة
غير معلوم من يدفع الرسم ومبلغه غير معلوم مُضمّر	تقدير	الرسم الإجمالي وإظهار إجمالي ما دفعه البائع إلى المنصة

ملاحظة: الرسوم البيئية (أي المعلومة) والمضمة (أي غير المعلومة) في هذا الجدول يمكن أن تُفهم بأن مُفادها ما يعلمه أو لا يعلمه المُرَاقِب.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

هذا لا يغيّر في الحقيقة القائلة بأنّ خدمة التوسط الرقمية قد أُدّيت فعلاً، إذ لولا ذلك لاستُوفيت رسوم. ومع ذلك، فقد تؤثر هذه العروض الترويجية على قيمة المتاجرة بخدمات التوسط الرقمية المقاسة في الممارسة العملية (مثلاً، عندما تقدّم المنصة حسومات، فقد يعني ذلك رسمًا سلبيًا يدفعه الزبائن، على النحو نفسه الذي قد تكون به هوامش البيع بالمفرّق المحقّقة على بعض السلع سلبية).

استنادًا إلى مكان إقامة الجهات الثلاث، يمكن أن تكون بعض أو كلّ المعاملات بين المشتري والبائع، وبين المشتري/البائع من جهة، والمنصة من جهة أخرى لجهة خدمة التوسط، جزءًا من التجارة الدولية. يوضح الجدول ٥-٣ التسجيل الموصى به للمعاملات التي تشمل منصات توسط رقمية في ظلّ سيناريوهات محتملة مختلفة.^٨

أخيرًا، تجدر الإشارة إلى أنّ المعاملات التي تيسرها منصات التوسط الرقمية يمكن أن تكون أكثر تعقيدًا من تلك الموضحة في الشكل ٥-١. يمكن، مثلاً، أن يكون هناك دور لخدمات النقل (مثلاً، شخص موكل بالتوصيل) أو التخزين. قد تقدّم المنصة، بشكل مباشر، واحدة أو أكثر من هذه الخدمات الإضافية، وفي هذه الحالة ستغطّي الرسوم المدفوعة إلى المنصة كلاً من التوسط والخدمة الإضافية. وقد تشتري المنصة الخدمة الإضافية، بحيث يؤدي ذلك إلى متاجرة دولية بالخدمات (إذا كان من اشترى الخدمة من غير المقيمين). أو، في الواقع، قد يكون النقل أو التخزين جزءًا من ترتيب توسطي آخر بين المشتري ومقدّم خدمة آخر، وفي هذه الحالة يقسم المبلغ الذي دفعه المشتري ما بين المنصة والبائع ومقدّم الخدمة الإضافية. في مطلق الأحوال، على المراقبين تفحص الترتيبات بعناية وتطبيق التسجيل المناسب.

بغض النظر عمّا إذا كانت الرسوم بيئية أو مُضمّرة، يجب أن تعكس المعاملة الرئيسية (للمنتج المتوسّط له) بين المشتري والبائع:^٧

- القيمة الكاملة التي يدفعها المشتري ناقص الرسوم التي دفعها المشتري إلى DIP (إن وجدت)؛ أو، بكلام آخر:
- قيمة السلعة أو الخدمة المتوسّط لها زائد رسوم التوسط التي دفعها البائع إلى DIP.

من المهمّ التأكيد على أنّ منصات التوسط الرقمية التي تسهّل مبيعات السلع وتلك التي تتوسّط في تسليم الخدمات تعامل بنفس الطريقة.

عندما ترتّب المنصة كامل المعاملة، بما في ذلك الدفع، فإنّ المعاملات المرصودة بين المشتري والمنصة، وتلك المرصودة بين المنصة والبائع، تحتاج إلى إعادة رترة (rerouted) في الإبلغات الإحصائية لتعكس المعاملات الاقتصادية الارتكازية. يقدّم المؤطر ٥-١ مثالاً رقميًا يوضح التسجيل الموصى به وفقًا لنموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الجدول ٢-١ في الفصل ٢).

يمكن للمشتري و/أو البائع دفع الرسوم إلى المنصة عند إتمام المعاملة، أو سابقًا، أو لاحقًا، أو عبر مدفوعات منتظمة. في مطلق الأحوال يجب تسجيل المعاملة عند-الإتمام.

قد تقدّم المنصة مستويات مختلفة من الخدمة للزبائن، وقد تفرض رسومًا مختلفة، بما في ذلك صفر رسوم لبعض الزبائن. قد تكون هناك فترات أولية يدفع خلالها جميع الزبائن صفرًا من الرسوم، مرتقبين أنّ الرسوم الفعلية ستستوفي لاحقًا. في بعض الحالات، قد يطبق موزع خدمات التوسط الرقمية شروطًا ترويجية تؤدي إلى تنازل جزئي أو كلي عن الرسوم، أو إلى تقديم حسم على الرسوم التي يدفعها المشتري و/أو البائع لقاء معاملة معيّنة.

المؤطر ٥-١: تسجيل معاملات DIP في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية

لنفترض، بالنظر إلى الشكل ٥-١، أن المشتري يدفع ١٠٠ مقابل سلعة، منها ١٢ كرسوم مدفوعة إلى منصة توسط رقمية. لنفترض أيضًا أن المنصة تتقاضى رسومًا قدرها ٨ على البائع مقابل خدمات التوسط التي تقدمها. هب أيضًا، على سبيل التبسيط، أن المشتري والبائع والمنصة مقيمون جميعًا في اقتصادات مختلفة، وأن المعاملة التي تبسرها المنصة هي معاملة متاجرة بسلع، وأن الدفع مُروتر عبر المنصة (على الرغم من أن الدفع نقدًا عند التسليم هو الشائع، عمليًا، في بعض الاقتصادات والصناعات).

١. يقوم المشتري بدفع ١٠٠ إلى المنصة. من أصل هذا المبلغ، تبند المنصة أن مدفوعات المشتري مقابل خدمات التوسط المقدمة هي ١٢. سيسجل بلد المشتري ١٢ كواردات خدمات توسط رقمية والباقي، ٨٨، كواردات سلع.
 ٢. ما زال البائع، بسبب استخدامه للمنصة، مسؤولًا عن دفع رسوم بقيمة ٨. هذا ما تبنده المنصة في سجل المعاملة الذي توفره للبائع. لذا يسجل بلد البائع ٨ كواردات خدمات توسط رقمية.
 ٣. عمليًا، تقوم المنصة أيضًا بترحيل مدفوعات المنتج إلى البائع. لكنها تطرح ٨، المبلغ الذي يدين لها به البائع لقاء خدمات التوسط المقدمة أولًا. نتيجة لذلك، يتلقى البائع ٨٠ من المنصة.
 ٤. بما أن تسليم السلعة قد حصل بين البائع والمشتري، فإن الدفع مقابل المنتج يحتاج إلى إعادة روترة في الإبلاغ الإحصائي. لكي تكون المتاجرة الصافية لدى البائع صحيحة، يجب إظهار ذلك كدفعة قدرها ٨٨ من المشتري إلى البائع. أي ما يجب تسجيله هو أن المشتري يدفع ما يحصل عليه البائع مقابل السلعة (٨٠) بالإضافة إلى رسوم التوسط (٨) التي تفرضها المنصة على البائع.
- يظهر تسجيل المعاملات في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية في الجدول ٥-٢. عند التوسط في الخدمات، سيكون التسجيل مشابهًا، ولكن مع تسجيل المعاملة الرئيسية في البندين 2.2.a و 2.2.a بدلاً من تسجيلها في 2.1 و 2.1.a، وكذلك في البنود 3 و 3.a و 4 إذا تم تسليمها رقميًا.

الجدول ٥-٢: تسجيل المعاملات المذكورة أعلاه في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية

البند		بلد المشتري	بلد البائع	بلد منصة التوسط الرقمية	
				الواردات	الصادرات
1	إجمالي التجارة الرقمية	١٠٠	٨٨	٨	٢٠
2	التجارة المطلوبة رقميًا	١٠٠	٨٨	٨	١٢+٨
2.1	سلع	٨٨	٨٠+٨		
2.1.a	من بينها: عبر منصات التوسط الرقمية				
2.2	خدمات	١٢		٨	١٢+٨
2.2.a	من بينها: عبر منصات التوسط الرقمية				
3	التجارة المسلمة رقميًا	١٢		٨	١٢+٨
3.a	من بينها: عبر منصات التوسط الرقمية				
4	خدمات مطلوبة رقميًا و مسلمة رقميًا	١٢		٨	١٢+٨
4.a	من بينها: خدمات توسط رقمية	١٢		٨	١٢+٨
	صافي الدخل من التجارة	-١٠٠	٨٠		٢٠

ملاحظة: إجمالي الواردات = ١٠٨ = ٨ + ١٠٠. إجمالي الصادرات = ١٠٨ = ٨٨ + ٢٠. إجمالي التجارة في السلع = ٨٨. إجمالي التجارة في الخدمات = ٢٠. النظام متوازن، وصافي تجارة كل بلد صحيح.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

الجدول ٥-٣: تسجيل المعاملات التجارية الدولية التي تشمل منصّات توسط رقمية

البائع	منصة التوسط الرقمية المشتري	معالجة المنتج قيد المعاملة	معالجة خدمات التوسط
إذا دفع البائع رسم التوسط أو لم يكن معلومًا من يدفع رسم التوسط			
البلد A	البلد A	البلد B	مورّد إلى البلد B من البلد A
البلد A	البلد B	البلد B	مورّد إلى البلد B من البلد A
البلد A	البلد B	البلد A	لا معالجة (معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد C	مورّد إلى البلد C من البلد A
إذا دفع المشتري رسم التوسط			
البلد A	البلد A	البلد B	مورّد إلى البلد B من البلد A
البلد A	البلد B	البلد B	لا معالجة (معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد A	لا معالجة (معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد C	مورّد إلى البلد C من البلد B
إذا دفع البائع و المشتري كلاهما رسم التوسط			
البلد A	البلد A	البلد B	مورّد إلى البلد B (جزء من خدمات توسط من البلد A (ما تبقى من خدمات التوسط يعكس معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد B	مورّد إلى البلد B (جزء من خدمات توسط من البلد B (ما تبقى من خدمات التوسط يعكس معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد A	لا معالجة (معاملة محلية)
البلد A	البلد B	البلد C	مورّد إلى البلد C (جزء من خدمات توسط من البلد B ومورّد إلى البلد A (ما تبقى من خدمات التوسط من البلد B

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD، و WTO.

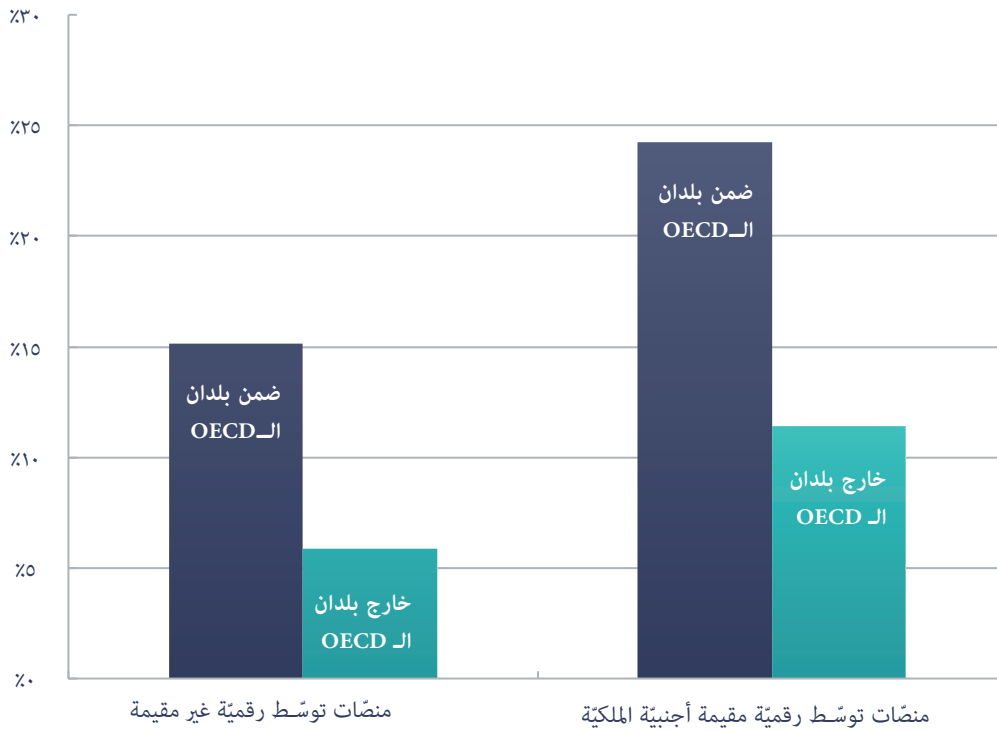
٥-٤ قياس معاملات منصّات التوسط الرقمية

حتى الآن ما تزال بعض البلدان، ومنها الاقتصادات النامية، ذات خبرة محدودة في قياس أنشطة منصّات التوسط الرقمية. في الوقت نفسه تقدّم منصّات التوسط الرقمية الكبرى خدمات توسط في العديد من البلدان، المتقدمة منها والنامية على حدّ سواء، وهناك أيضًا أمثلة على منصّات توسط رقمية لديها إقامة في بلدان نامية. لذا فإنّ قياس المعاملات التجارية الدولية التي تشمل منصّات توسط رقمية هي قضية ملحة لجميع الاقتصادات، بغضّ النظر عن حالة

التنمية فيها وقدراتها الإحصائية.

وجد مسح جردّي أجراه صندوق النقد الدولي ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عام ٢٠١٨ (OECD، ٢٠١٨C) أنّ عددًا قليلًا من المراكمين قادرون على عرفة مقدار التجارة الميسرة عبر منصّات توسط رقمية (سواء أكانت محلية أو أجنبية الملكية)، وأنّ عددًا أقل، بعد، ما زال قادرًا على عرفة المدفوعات إلى منصّات توسط رقمية غير مقيمة (راجع الشكل ٥-٢). على منصّات التوسط الرقمية المقيمة في اقتصاد معيّن أن تكون مدوّنة في سجلّ مؤسسات الأعمال الإحصائي لهذا الاقتصاد، ولكن غالبًا ما تُدرج تحت عناوين صناعية مختلفة، ولا تزال عرفتتها الرسمية أمرًا صعبًا.

الشكل ٥-٢: النسبة المئوية من المقيمين الذين يمكنهم معرفة ما إذا كانت منصّة التوسّط الرقمية مقيمة أو غير مقيمة



ملاحظة: السؤال المطروح كان الآتي: "هل تستطيع أن تحدّد، مثلاً في المسوح التي تتناول مؤسّستك، كم عدد الشركات التي تستخدم وسائل توسّط رقمية (سواء كانت مقيمة أو غير مقيمة) لبيع منتجاتها إلى الأسواق الخارجيّة، وما حجم التجارة المتداولة هكذا؟".

المصدر: OECD (٢٠١٨).

لإحصاء الوطني (ONS) مقارنة مشابهة في عمله المبكر لعرفنة وقياس الاقتصاد التشاطي (راجع المؤطّر ٥-٢).^{١٠}

المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال

يمكن استخدام المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال لقياس مدى رجحان منصّات التوسّط الرقمية في الاقتصاد، ولتجميع بيانات حول الرسوم التي تستوفها منصّات التوسّط الرقمية من المقيمين وغير المقيمين، وكذلك لاستجماع معلومات حول المتّجات المتداولة.

من بين المسوح الخاصّة بمؤسّسات الأعمال، يمكن الزعم أنّ مسوح المتاجرة الدوليّة بالخدمات (ITS) هي الأفضل لتجميع معلومات عن صادرات خدمات التوسّط الرقمية (وكذلك عن وارداتها في الحقيقة، راجع القسم ٥-٤-٢). على تعليمات المسح أن تبين بوضوح أنّ الخدمات المتّصلة بالتجارة تغطّي خدمات التوسّط الرقمي، والأمثل هو أن تعرفن تلك الخدمات بشكل منفصل. طبق هذه المقاربة، على سبيل المثال، مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) في «مسحه المُمفّس للمعاملات مع أشخاص أجانب في خدمات مختارة وفي الملكية الفكرية»، وفيه استهدف، على وجه التحديد، المتاجرة الدوليّة بالخدمات.^{١١} في الآونة الأخيرة وسّع BEA هذا المسح: إذا

ومع ذلك، أبلغت البلدان التي أجابت عن المسح أنّ التحديد اليدويّ لأكثر منصّات التوسّط الرقمية، استناداً إلى اسم الشركة، يمكن استخدامه لتسهيل مراكمة إحصاءات حول السلع والخدمات المتداولة عبر منصّات التوسّط الرقمية وحول خدمات التوسّط الرقمية.

٥-٤-١ مراكمة معلومات من منصّات التوسّط

الرقمية

عرفنة منصّات التوسّط الرقمية

ارتكزت الجهود الأولى للكشف عن منصّات التوسّط الرقمية (في غياب تعريف ثابت لها)، إلى حدّ كبير، على العرفنة اليدويّة. وقد قدّم هذا العمل المبكر، عبر تركيزه بشكل أساسي على المنصّات المتّصلة بالإنترنت من نظير إلى نظير، ومن دون استهداف بُعد التجارة الدوليّة، دروساً مفيدة لصالح جهود القياس اللاحقة.

مثلاً، عرفت دراسة أجراها الاتحاد الأوروبيّ عام ٢٠١٧ نحو ٥٠٠ منصّة توسّط رقمي، من نظير إلى نظير، نشطة في أوروبا، منها ٤ في المائة لديها أكثر من ١٠٠٠٠٠ زائر فريد لموقع الويب/التطبيق يوميّاً.^٩ اتّبع مكتب المملكة المتّحدة

المؤطر ٥-٢: المنصات المتصلة بالإنترنت والاقتصاد التشاطري في المملكة المتحدة

تتمتع زمرة جزئية من المنصات المتصلة بالإنترنت، تلك التي تشمل تيسير المعاملات من مستهلك إلى مستهلك (C2C)، بأهمية خاصة (خصوصاً بسبب الغموض التنظيمي المحيط بها). لقد أدت هذه المنصات، إذ ربطت عددًا كبيرًا من المشتريين والبائعين المحتملين، إلى ازدياد حاد في المعاملات من نظير إلى نظير لتشاطر سلع أو خدمات مبخسة الاستخدام (under-used)، وهي ظاهرة يشار إليها غالبًا باسم «الاقتصاد التشاطري».

على الرغم من عدم وجود تعريف إحصائي للاقتصاد التشاطري مقبول على نطاق واسع، بذل مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (ONS) جهودًا لإنتاج واختبار تعريف إحصائي بغرض تقييم ما إذا كان الاقتصاد التشاطري مدرجًا بشكل كافٍ في الإحصاءات الاقتصادية (ONS، ٢٠١٧). وقد نُشر أول تعريف تقريبي له عام ٢٠١٧، ومُفاده أنه «تشاطر أصول مبخسة الاستخدام من خلال استكمال معاملات من نظير إلى نظير لا تكون قابلة للتطبيق إلا عبر توسط رقمي، الأمر الذي يتيح للأطراف الاستفادة من استخدام ذاك الأصل خارج نطاق استخدامه الأساسي».

في هذا السياق كانت عرفة مؤسسات أعمال الاقتصاد التشاطري، وتصنيفها، والاحتفاظ بسجل عنها، جزءًا مهمًا من إطار القياس. أدى العمل الأولي (مؤسحة (scanning) التقارير السنوية يدويًا، ثم استخدام تقنيات التعلم الإحصائي) إلى تكوين سجل محدود لمنصات التوسط الرقمية (بعضها فقط)، وقد استُخدم لاحقًا في العديد من المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال لتجميع معلومات حول كيفية مقارنة شركات الاقتصاد التشاطري بشركات الاقتصاد غير التشاطري.

ثبت أن هذا التعريف الأول تقييدي جدًا. لذا تجري أبحاث على قدم وساق لتوسيع التعريف التقريبي بحيث يصبح هذا الاقتصاد زمرة جزئية من الاقتصاد الرقمي الأوسع. لقد أصبح مسح ONS المُشَلَّن (revamped) للاقتصاد الرقمي الأداة الرئيسية بيد هذا المكتب لتجميع معلومات خاصة بالمملكة المتحدة حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقيمة التجارة الإلكترونية، ودور منصات التوسط الرقمية وغيرها من المنصات في الاقتصاد (راجع أيضًا المؤطر ٥-٣).

المصدر: مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني.

في الاقتصاد. يوضح المؤطر ٥-٣ كيف طرح مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني بعضًا من هذه الأسئلة.

في مقارنة مباشرة مماثلة، تُجمع مسح مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي الخاص بالمؤسسات المتعددة الجنسيات (MNE) قيمة الرسوم والعمولات التي تستوفيها منصات التوسط الرقمية (المؤطر ٥-٤). صحيح أن منصات التوسط الرقمية ليست كلها مؤسسات متعددة الجنسيات، لكن هذه المسوح تظل أداة مفيدة لتجميع معلومات حول منصات التوسط الرقمية.

٥-٤-٢ مراكمة معلومات من مستخدمي منصات التوسط الرقمية

تعمل منصات توسط رقمية عديدة في اقتصادات ليس لها وجود مادي فيها. تُشكّل الرسوم المستوفاة من منصة غير مقيمة استيرادًا لخدمات توسط رقمية. مع ذلك، وبما أن المنصة

عرّفت المؤسسة نفسها بأنها منصة توسط رقمية، يطلب الاستبيان معلومات عن مداخيلها من رسوم التوسط. وفي مكان آخر من المسح يستطرد فيطلب نوع الخدمة التي يتم بموجبها الإبلاغ عن خدمات توسط (راجع المؤطر ٥-٥).

لكن مسح المتاجرة الدولية بالخدمات قد لا تكون مناسبة تمامًا لتجميع معلومات حول المنتجات المتداولة. فمع أنه من الممكن، نظريًا، إضافة أسئلة حول قيمة صادرات السلع والخدمات ووارداتها الميسرة عبر الـ DIPs في مسح عن المتاجرة الدولية بالخدمات، ثمّة أنواع أخرى من الاستطلاعات الخاصة بمؤسسات الأعمال قد تكون في وضع أفضل لهذا الغرض. تُعدّ المعلومات المتصلة بقيمة المتاجرة المحلية والدولية بالسلع أو الخدمات المتوسطة لها مهمة لمراكمة البندين 2.1.a و 2.2.a من نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الجدول ٥-٢). يمكن أيضًا استخدام هذه البيانات لاشتقاق متوسط رسوم خدمات التوسط المستوفاة من منصات التوسط الرقمية القيمة

المؤطر ٥-٣: أسئلة تتيح قياس منصّات التوسّط الرقمية في المملكة المتحدة

يتضمّن مسح الاقتصاد الرقميّ ONS ٢٠٢١ الأسئلة الآتية التي تستهدف منصّات التوسّط الرقمية على وجه التحديد. تستجمع هذه الأسئلة معظم المعلومات اللازمة لتقدير قيمة خدمات التوسّط التي تُصدّرها هذه المنصّات.

خلال العام ٢٠٢١، هل قدّمت مؤسسة الأعمال هذه خدمة منصّة توسّط رقمية؟

خلال العام ٢٠٢١، ما هي مداخيل مؤسسة أعمالك من الرسوم المفروضة على مستخدمي منصّة التوسّط الرقمية خاصتك الآتين؟

- مداخيل من رسوم مستوفاة من مستخدمين متموقعين في المملكة المتحدة
- مداخيل من رسوم مستوفاة من مستخدمين متموقعين خارج المملكة المتحدة
- خلال العام ٢٠٢١، كم كانت قيمة السلع المباعة من خلال منصّتك لكل ممّن يأتي؟
- قيمة السلع المباعة لزبائن متموقعين في المملكة المتحدة
- قيمة السلع المباعة لزبائن متموقعين خارج المملكة المتحدة
- خلال العام ٢٠٢١، ما هي قيمة الخدمات المباعة من خلال منصّتك لكل ممّن يأتي؟
- قيمة الخدمات المباعة لزبائن داخل المملكة المتحدة
- قيمة الخدمات المباعة لزبائن خارج المملكة المتحدة

المصدر: مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني. راجع:

<https://www.ons.gov.uk/surveys/informationforbusinesses/businesssurveys/2021digitaleconomysurveysurveyquestions#digital-intermediary-platform>.

معلومات من الشركات حول السلع والخدمات التي تتوسّط لها هذه المنصّات والرسوم التي تدفعها الشركات لها، وتحديد متى تكون هذه المعاملات عابرة للحدود. يمكن للمسوح الخاصة بمؤسّسات الأعمال أن توقّر كلّ ذلك بالفعل. المرتقب هو أن يكون لهذه المسوح تفويض قانوني أقوى من المسوح الأسرية. كما يرجّح أن تعرف الشركات مكان إقامة المنصّات أكثر من الأسر.

يجب أن تسجّل المسوح الحالية حول المتاجرة الدولية بالخدمات، الفصلية منها والسنوية، مدفوعات الشركات عبر الحدود لمنصّات التوسّط الرقمية. يجب أن تذكر الملاحظات الإنبائية المصاحبة للاستبيان أنّ الرسوم التي تدفعها المؤسسة مقابل خدمات التوسّط الرقمية تسجّل ضمن «الخدمات المتصلة بالتجارة».

ومع ذلك ثمة حاجة إلى مزيد من المعلومات للوصول إلى نتائج معتبرة تقيس تأثير منصّات التوسّط الرقمية على المتاجرة بالسلع والخدمات. فبالإضافة إلى الرسوم التي تدفعها الشركات للمنصّات مقابل خدمات التوسّط الرقمية، من الضروري توفير بيانات عن إجمالي المتاجرة بالسلع وإجمالي المتاجرة بالخدمات كما تيسرهما منصّات التوسّط الرقمية. تتوقّر هذه المعلومات للمستخدمين ضمن البنود 2.1.a و 2.2.a و 4.a من نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية الوارد في الفصل ٢ (الجدول ٢-١)، كما يبيّنها الجدول ٥-٢.

غير مقيمة في الاقتصاد المراكم، من الصعب للغاية قياس هذه التدفّقات.

ثمة خبرة محدودة في المقاربات الوطنية لقياس المتاجرة الدولية بخدمات التوسّط الرقمية، من وجهة نظر المشتري، بسبب بروز تحديات عديدة. مثلاً، قد لا يعرف المقيمون عن المسح، ولا سيّما الأسر، قيمة الرسوم (حتى لو كانت رسوماً بيّنة). كما يُحتّم أن يجد المقيمون عن المسح صعوبة في تحديد ما إذا كانت معاملتهم قد تمّت بتوسّط منصّة مقيمة أو غير مقيمة (قد يعتقد المقيم أيضاً بأنّ المعاملة تتمّ بتوسّط محليّ إذا كان البائع مقيماً أو إذا كان لدى المنصّة اسم مجال محليّ).

رغم ذلك تمّ إحراز بعض التقدّم في ما يختصّ بقياس قيمة السلع والخدمات المعنية المتداولة عبر المنصّة. تستكشف البلدان طرقاً لتجميع معلومات ذات صلة عبر استخدام المسوح الخاصة بمؤسّسات الأعمال والمسوح الأسرية بالدرجة الأولى. يصف هذا القسم مقاربات لتجميع بيانات حول واردات وصادرات الشركات والأسر من السلع والخدمات الممكنة عبر منصّات التوسّط الرقمية، ولتقدير واردات رسوم التوسّط الرقمية عندما تكون المنصّة غير مقيمة.

المسوح الخاصة بمؤسّسات الأعمال

مؤسّسات الأعمال هي مستخدم مفتاحي لمنصّات التوسّط الرقمية، كطرف بائع وأيضاً كطرف مشتري. لذا فمن المهمّ حيّازة

المؤطر ٥-٤: التحديات المتعلقة بقياس الرسوم والعمولات التي تستوفها منصات التوسط الرقمية عبر استخدام مسوح خاصة بالمؤسسات المتعددة الجنسيات في الولايات المتحدة

جمع مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) قيمة الرسوم والعمولات المستوفاة من الشركات التي تشغل منصات توسط رقمية عبر استخدام مسوحه الخاصة بأنشطة المؤسسات المتعددة الجنسيات. قُدمت الأسئلة للمرة الأولى في «مسح BEA للعام ٢٠١٩ المُمقيس لاستثمارات الولايات المتحدة المباشرة خارج البلاد»^{١٢} والشامل لكل من الشركات الأم الأميركية والشركات الأجنبية التابعة لها. وقد وصفت الأسئلة منصات التوسط الرقمية بناءً على الإرشادات الواردة في هذا الكتيب.

ما هي المبيعات أو إجمالي الإيرادات التشغيلية لخدمات التوسط الرقمية؟

الخدمات المكتسبة من جراء تشغيل منصة توسط رقمية، وهي واجهة بينية متصلة بالإنترنت وتسهل، مقابل استيفاء رسم، التفاعل المباشر بين جملة من المشتريين وجملة من البائعين. لا تحوز المنصة الملكية الاقتصادية للسلع، ولا تؤدي الخدمات التي يتم بيعها. الإبلاغ عن الرسوم والعمولات فقط، لا عن قيمة السلع أو الخدمات المباعة على المنصة.

عرفن المكتب عدة تحديات إزاء البيانات المجمعة حول منصات التوسط الرقمية من الشركات المتعددة الجنسيات في الولايات المتحدة. كان التحدي الأكبر الافتقار إلى الإجابات. على الرغم من جهود المكتب للمشاركة في مساعي التوعية قبل إطلاق المسح وخلال فترة تجميع البيانات، أدى النقص في الإجابات إلى تغطية غير كاملة لأنشطة التوسط الرقمية. إن الافتقار إلى الإجابات، وهو تحدٍ دائم أمام تجميع بيانات المسح، غالبًا ما يتفاقم عند استهداف قطاع متخصص من النشاط الاقتصادي، كمثل تشغيل منصات التوسط الرقمية.

كان التحدي الثاني التفسير المغلوط والمشبوه لسؤال خدمات التوسط الرقمية من جانب بعض المجيبين، إذ أبلغوا عن مبيعات خدمات توسط رقمية فيما هم لم يتصرفوا، في الواقع، كوسطاء على النحو المحدد في المسح. بكلام آخر، ربما أبلغت الشركات التي قُدمت خدمات مباشرة عن مبيعات في أنشطة كمثل خدمات التوسط الرقمية. كذلك، أبلغت بعض الشركات عن خدمات توسط رقمية فيما هي تدير منصة تعتمد على البيانات أو الدعايات (بدلاً من الرسوم)، وهي ما ينبغي تصنيفه، بشكل صحيح، في خانة «المشغلون الآخرون المتصلون بالإنترنت».

من بين الأسئلة المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والمضافة إلى «مسح العام ٢٠١٩ المُمقيس» (راجع الفصل ٣ للاطلاع على أسئلة الاقتصاد الرقمي الأخرى الواردة في هذا المسح)، تبين أن السؤال حول خدمات التوسط الرقمية هو الأكثر صعوبة على المجيبين كي يفسروه ويقدموا معلومات عنه. يقوم المكتب حالياً باستكشاف طرق لتحسين نتائج مقيسة BE-١٠ الأولية من خلال تقدير القيم حيثما يكون مدى التغطية غير مكتمل، ولعرفنة القيم المبالغ في الإبلاغ عنها. وقد أُدرج سؤال مشابه في «مسح BEA للعام ٢٠٢٢ المُمقيس للاستثمارات الأجنبية المباشرة في الولايات المتحدة».

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA).

التفاصيل حول الموضوعات الرقمية أكثر مما قد يكون ممكناً في مسح للمتاجرة الدولية بالخدمات أو في المسوح السائدة الأخرى الخاصة بمؤسسات الأعمال. لهذه الأسباب يمكن اعتبار مسوح استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات آلية لتجميع معلومات حول مبيعات ومشتريات السلع والخدمات الميسرة عبر منصات التوسط الرقمية، وحول الجزء الدولي منها، وحول قيمة الرسوم المدفوعة للمنصات مقابل خدمات التوسط الرقمية.

يناقش الفصل ٣ من هذا الكتيب المسوح السنوية حول استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة لاستجماع معلومات حول التجارة الرقمية من الشركات. بما أن هذه المسوح تُستخدم لمراكمة إحصاءات حول العديد من جوانب الاقتصاد الرقمي وكيفية تأثيره على الشركات، تميل إلى أن تكون مصممة كوحدة وظيفية، مع وجود دائم لبعض الوحدات الوظيفية الرقمية، واندرج أقل تكراراً للبعض الآخر، تكيفاً مع الموضوعات الجديدة والتغيرات في الاقتصاد الرقمي. تتيح مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أيضاً، مزيداً من

المؤطر ٥-٥: قياس مبيعات خدمات التوسط في الولايات المتحدة

يخطط مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA) لتجميع قيمة الرسوم والعمولات التي تستوفيها الشركات المشغلة لمنصات توسط رقمية عبر استخدام «مسح العام ٢٠٢٢ المُمَقَّيس للمعاملات مع أشخاص أجنب في خدمات مختارة وفي الملكية الفكرية». ^{١٣} الأسئلة ذات الصلة هي الآتية:

١٢. هل تشغل شركتك منصة (منصات) توسط رقمية؟

نعم - تابع إلى السؤال التالي.

لا - انتقل إلى الصفحة التالية.

١٣. أبلغ عن قيمة مبيعات خدمات توسط رقمية لأشخاص أجنب مُدرجة [في جدول المبيعات الرئيسي] ومُجتنا من جزاء تشغيل منصة توسط رقمية. يجب أن تتضمن المبيعات الإبلاغ عن الرسوم والعمولات فقط، لا عن قيمة السلع أو الخدمات المباعة على المنصة.

\$ _____

١٤. أي من أنواع الخدمات المدرجة [في جدول المبيعات الرئيسي] يشمل مبيعات خدمات التوسط الرقمية المذكورة في السؤال ١٣؟

_____ (خيار قائمة منسدلة (drop-down option) يشمل جميع أنواع الخدمات التي يغطيها المسح)

المصدر: مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي (BEA).

من المؤلف أن تطلب المسوح السائدة الخاصة بمؤسسات الأعمال أو بالشركات معلومات إضافية عن رقم الأعمال وعن المشتريات (مثلاً، مقدار رقم الأعمال الذي يتم تصديره). هناك مقارنة أخرى يمكن استكشافها، وهي طرح أسئلة ضمن المسوح السائدة الخاصة بمؤسسات الأعمال عن كمية المبيعات أو المشتريات عبر منصات التوسط الرقمية. على الرغم من أن التفاصيل قد لا تتطابق مع ما يمكن تجميعه عبر مسح لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تميل المسوح السائدة الخاصة بمؤسسات الأعمال إلى إدراك مدى تغطية جيد، وقد توفر معلومات من أسئلة أخرى يمكن ربطها للوصول إلى نتائج معتبرة حول واردات وصادرات السلع والخدمات عبر منصات التوسط الرقمية.

المسوح الأسرية

على الرغم من أن بعض المعلومات الواردة في معاملة متوسط لها عبر منصة قد يكون من الصعب تجميعها أو قد تجهلها الأسر، استخدمت بعض البلدان المسوح الأسرية بنجاح لتجميع إحصاءات حول مشتريات السلع والخدمات التي تتم بتوسط المنصات. إحدى المقاربات الشائعة، كما هو موضح في أمثلة هذا الفصل، هي التركيز على منصات التوسط الرقمية المعروفة.

يطلب مسح الاقتصاد الرقمي الذي أجراه مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني (راجع المؤطر ٥-٦) من الشركات تحديد المبالغ المدفوعة كرسوم للمنصات مقابل توسطها لبيع سلعها وخدماتها. يمكن توسيع السؤال ليشمل إجمالي السلع والخدمات المباعة، والنسبة المئوية للصادرات من بينها، فضلاً عن المدفوعات المسددة للمنصات غير المقيمة.

لإبراز وقع منصات التوسط الرقمية بشكل كامل على الاقتصاد وعلى التجارة الدولية، يمكن تجميع المعلومات الآتية (بالقيم أو النسب المئوية أو كليهما) من مسح استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

- مبيعات السلع عبر منصات التوسط الرقمية ومنها الصادرات
- مبيعات الخدمات عبر منصات التوسط الرقمية ومنها الصادرات
- مشتريات السلع عبر منصات التوسط الرقمية ومنها الواردات
- مشتريات الخدمات عبر منصات التوسط الرقمية ومنها الواردات
- الرسوم المدفوعة لمنصات التوسط الرقمية ومنها الواردات

المؤطر ٥-٦: قياس الرسوم التي تدفعها مؤسسات الأعمال إلى منصات التوسط الرقمية في المملكة المتحدة

استخدم مسح الاقتصاد الرقمي ONS ٢٠٢١ الأسئلة الآتية للاستفسار لدى الشركات عما إذا استخدمت منصات توسط رقمية لبيع سلعها وخدماتها:

خلال عام ٢٠٢١، هل دفعت مؤسسة أعمالك لمنصة توسط رقمية مقابل بيع سلعك وخدماتك؟

خلال عام ٢٠٢١، ما المبلغ الذي دفعته مؤسسة أعمالك لمنصة توسط رقمية مقابل بيع سلعك وخدماتك؟

المصدر: مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني. راجع:

<https://www.ons.gov.uk/surveys/informationforbusinesses/businesssurveys/2021digitaleconomysurveysurveyquestions#digital-intermediary-platform>.

بالنقل والمبيت عبر أسئلة واردة في المسح الكندي حول استخدام الإنترنت (CIUS) (انظر الإطار ٥-٧).

أدرجت فرنسا (راجع المؤطر ٥-٩) أسئلة مماثلة في مسحها الرعيلي (panel survey) للأسر، مستهدفة السياحة المحلية والسياحة الخارجية.

في الأمثلة المذكورة أعلاه حيث جمعت معلومات من الأسر حول استخدام منصات توسط رقمية لشراء السلع والخدمات، تتضمن الأسئلة فقط قيمة السلع والخدمات المتوسطة لها. لم يُطرح في المسح أي سؤال حول الرسوم التي تدفعها الأسرة لمنصة التوسط الرقمية، ولم تتناول الأسئلة إقامة المنصة.

المعلومات حول الرسوم التي تدفعها الأسر لمنصات التوسط الرقمية ضرورية أيضاً لنموذج الإبلاغ. في بعض الحالات، مثلاً عند توسط منصة في معاملة حول خدمة مبيت، قد تعرف الأسرة قيمة الرسوم. إن لم تُجمع قيمة الرسوم، يطلب المراكمون عندئذٍ بعض التقدير والاجتهاد. يمكن تقدير الرسوم كنسبة مئوية من قيمة السلع والخدمات المتوسطة لها استناداً إلى أمثلة أخرى معروفة، ربما من منصات توسط رقمية في الاقتصاد المبلغ. لتقدير توزيع البلد، قد تكون ثمة حاجة أيضاً إلى اجتهاد الخبراء، وقد يكون تطبيق المعلومات المجمعة بناءً على أنشطة عدد قليل من الشركات مناسباً، نظراً إلى أن نشاط منصة التوسط الرقمية غالباً ما يهيمن عليه عدد قليل من كُتبيات الشركات.

٥-٤-٣ مراكمة معلومات حول منصات التوسط الرقمية من مصادر بيانات أخرى

ثمة أمثلة يمكن أن تتيح استخدام بيانات من أطراف ثالثة أو من مصادر بيانات أخرى لاستجماع معلومات حول منصات التوسط الرقمية وحول التدفقات التي تتم عبر هذه المنصات.

أشارت نتائج المسح الجُردي الذي أجراه صندوق النقد الدولي ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عام ٢٠١٨ (OECD، ٢٠١٨) إلى أن بلداناً عدّة تستخدم أسئلة في مسح الإنفاق السياحي لقياس السفر المحجوز عبر منصات توسط رقمية.

مثلاً، أظهر المعهد الوطني الإسباني للإحصاء (INE) (راجع المؤطر ٥-٨) أن ٦٨ في المائة من السياح الخارجيين حجزوا، خلال العام ٢٠١٧، أماكن مبيت (باستثناء الفنادق) عبر استخدام منصة توسط متصلة بالإنترنت. يمكن أن يسهم هذا النوع من المعلومات في تعبئة نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية.

استخدمت إيطاليا مقارنة مشابهة لتجميع معلومات حول وتيرة استخدام أدوات متصلة بالإنترنت لحجز أو شراء خدمات متعلقة بالسفر في مسح الحدود الخاص بها (راجع الفصل ٣، المؤطر ٣-٢).

عند بناء مقارنة قائمة على المسوح الأسرية لتقدير التجارة التي تسهلها المنصات ورسوم التوسط الرقمية، من المهم استجماع معلومات حول القيمة الإجمالية للسلع و/أو الخدمات المتوسطة لها، وما هي نسبة السلع والخدمات المتداولة مع غير المقيمين، والأمثلة، أيضاً، حول الرسوم المستوفاة من المنصة. فهذا يجعل من الممكن استكمال البنود 2.1.a و 2.2.a و 4.a في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (الجدول ٢-١، الفصل ٢).

السفر هو القطاع الذي كانت فيه منصات التوسط الرقمية تحويلية بامتياز. فعلى عكس معظم معاملات الخدمات الأخرى، المقاسة عبر المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال، تُلتقط معاملات السفر، في العادة، عبر مسح جهة الطلب (مثلاً، استخدام مسح الإنفاق السياحي). بناءً على ذلك تجمع كندا معلومات، من جهة الطلب، حول نشاط منصات التوسط الرقمية المتعلقة

كشط الويب

على دراية بالتحديات (وخصوصاً القانونيّة منها) ^{١٦} التي يمكن أن ينطوي عليها استخدام مثل هذه البيانات.

بيانات الدفع بالبطاقة

قام عدد من البلدان بدراسة أو استكشاف استخدام بيانات البطاقة الائتمانيّة لقياس واردات خدمات التوسّط الرقميّة. ذكر ذلك كلّ من بلجيكا وإستونيا وفنلندا وفرنسا وإسرائيل ولاتفيا والمكسيك في مسح ٢٠١٨ لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصاديّ وصندوق النقد الدوليّ (OECD، ٢٠١٨C).

يناقش الفصل ٣ استخدام بيانات بطاقة الدفع لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. رغم ذلك يجب توجّي الحذر عند استخدام معلومات البطاقة الائتمانيّة لفكفكة معاملة تمت بتوسّط منصّة فكفكة كاملة. إذا كانت معلومات البطاقة الائتمانيّة تشير، على سبيل المثال، إلى أنّه تمّ سداد دفعة لمنصّة غير مقيمة، ثمة حاجة إلى مزيد من المعلومات أو الافتراضات لفصل رسوم التوسّط عن السلعة أو الخدمة المتوسّط لها. علاوة على ذلك، قد تكون السلعة أو الخدمة المتوسّط لها مستوردة أو غير مستوردة، أو قد سبق، أو لم يسبق، أن جُمِعت بالفعل عبر استخدام مصادر أخرى.

إحدى المقاربات لعرفنة منصّات التوسّط الرقميّة في الاقتصاد هي استخدام كشط الويب. ^{١٥} قامت بعض البلدان، على سبيل المثال، بتدميج بيانات من مزوّدين تجاريّين لربط المعلومات المتاحة على مواقع ويب الشركات مع سجلّ مؤسسات الأعمال الإحصائي. تُستخدم هذه التقنيّة لإثراء سجلّ مؤسسات الأعمال، ويمكن استخدام كلمات وتعابير مفتاحيّة لعرفنة المنصّات المحتملة. وقد طوّرت هولندا، عبر استخدام هذه المقاربة، منشوراً معلّماً عام ٢٠١٦ حول الاقتصاد الرقميّ (Oostrom وآخرون، ٢٠١٦).

مثال أحدث على أسلوب كشط الويب أو مقارنة البيانات الضخمة يأتيان من إحصاءات إندونيسيا (راجع المؤطّر ٥-١٠). كما هي الحال مع مثال هولندا، استُخدمت هذه الأدوات لاستجماع المعلومات من أجل أغراض عدّة، منها قياس التجارة الإلكترونيّة، ومنصّات التوسّط الرقميّة، وإحصاءات الأسعار، وإحصاءات السياحة.

يمكن لكشط الويب أن يوفّر فرصاً لإثراء الإحصاءات الرسميّة بتكلفة منخفضة نسبياً، إلّا أنّ على المراكمين أن يكونوا

المؤطّر ٥-٧: قياس الإنفاق عبر المنصّات في كندا

يطلب المسح الكنديّ حول استخدام الإنترنت (CIUS) من المجيبين الإبلاغ عن عمليّات شراء قاموا بها من خلال فئات معيّنة من منصّات الإنترنت. يُسأل المجيبون أيضاً عمّا إذا كانوا يقدّمون خدمات من خلال هذه المنصّات (Statistics Canada، ٢٠١٧).

الأسئلة المطروحة هي:

١. خلال الاثني عشر شهراً الماضية، هل استخدمت خدمات ركوب مثل Uber و Lyft وما إلى ذلك؟
٢. في الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو المبلغ الإجماليّ الذي أنفقته شخصياً على خدمات الركوب هذه في كندا؟
٣. في الاثني عشر شهراً الماضية، هل استخدمت خدمات مبيت مثل Airbnb و Flipkey وما إلى ذلك؟
٤. في الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو المبلغ الإجماليّ الذي أنفقته شخصياً على خدمات المبيت الخاصّة هذه في كندا؟
٥. في الاثني عشر شهراً الماضية، ما هو المبلغ الإجماليّ الذي أنفقته شخصياً على خدمات المبيت الخاصّة هذه خارج كندا؟
٦. في الاثني عشر شهراً الماضية، هل قدّمت خدمات ركوب مثل Uber و Lyft وما إلى ذلك؟
٧. في الاثني عشر شهراً الماضية، هل قدّمت خدمات مبيت مثل Airbnb و Flipkey وما إلى ذلك؟

المصدر: Statistics Canada.

المؤطر ٥-٨: استخدام المنصات الرقمية لحجز الإقامة في إحصاءات السياحة - مقارنة من جهة الطلب: تجربة المعهد الوطني الإسباني للإحصاء (INE)

يجري المعهد الوطني للإحصاء (INE) كل شهر «مسح أسفار المقيمين»^{١٤} لقياس عدد الرحلات التي يقوم بها المقيمون في إسبانيا إلى وجهة داخل البلد (السياحة الداخلية) أو خارجه (السياحة الخارجية). كما درست الخصائص الرئيسية لهذه الرحلات، أي الطول، والإنفاق، والغرض، والمبيت، وأشكال النقل، وما إلى ذلك.

أُخذت في الحسبان أنواع مختلفة من المبيت، منها المقدمة على أساس تجاري كخدمة مدفوعة (مبيت مستأجر)، وتلك المقدمة على أساس غير تجاري (مبيت غير مستأجر)، كالمبيت من دون مقابل عند أصدقاء أو أقارب، أو على حساب الزائر الخاص. بناء على نوع المبيت، جمعت أيضاً معلومات حول كيفية إجراء الحجز، منها فئة محددة للمنصات الرقمية عندما يكون مكان المبيت المختار بيت عطلة مستأجر أو غرفة في منزل خاص، كما هو موضح في الأسئلة المعروضة أدناه.

س ١. ما هو نوع المبيت الرئيسي المستخدم أثناء الرحلة؟

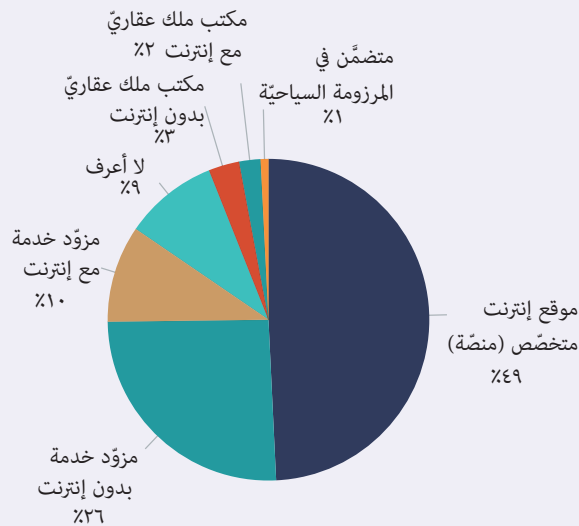
- (١) فنادق أو (٢) منشآت مماثلة
- (٣) مقطن مستأجر أو (٤) غرفة مستأجرة في منزل خاص
- (٥) مبيت سياحي ريفي أو (٦) نزل
- (٧) تخيم أو (٨) رحلة بحرية
- (٩) مبينات أخرى مستأجرة
- (١٠-١٤) مبيت غير مستأجر (السؤال الثاني لا ينطبق)

س ٢. كيف حجزت المبيت الرئيسي؟

- (١) مباشرة مع مزود خدمة عبر الويب أو التطبيق خاصته
- (٢) مباشرة مع مزود خدمة شخصياً، أو عبر البريد أو الهاتف
- (٣) عبر وكالة سفرات أو منظم رحلات (أو مكتب ملك عقاري إذا كانت الإجابة عن س ١ هي (٣) أو (٤)) عبر الويب أو التطبيق خاصته
- (٤) عبر وكالة سفرات أو منظم رحلات (أو مكتب ملك عقاري إذا كانت الإجابة عن س ١ هي (٣) أو (٤))، شخصياً، أو عبر البريد أو الهاتف
- (٥) من خلال صفحة ويب متخصصة (على سبيل المثال، AirBnb و Homeaway و Booking.com و Homelidsays و Niumba و Rentalia و Housetrip و Wimdu و Interhome و Friendly Rentals وما إلى ذلك) فقط إذا كانت الإجابة عن س ١ هي ٣ أو ٤
- (٦) وجهاً لوجه
- (٧) لا أعرف

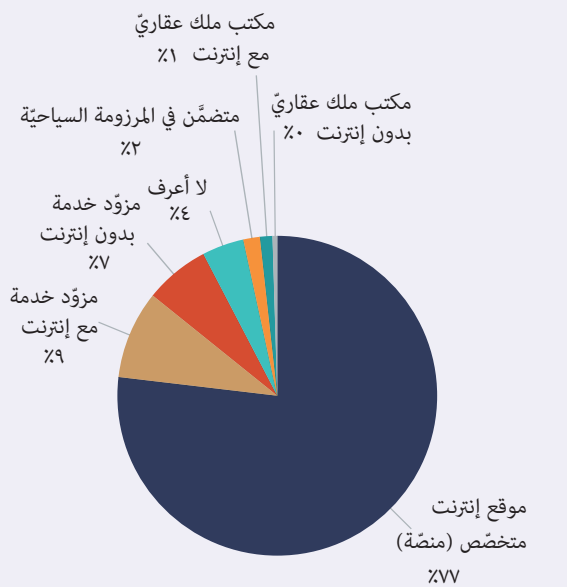
تظهر النتائج أنّ دور المنصات الرقمية في حجز مواطن الإجازة يختلف باختلاف ما إذا كانت الوجهة إلى داخل إسبانيا أو إلى خارجها. عند السفر داخل البلد، اختار السكّان حجز منازل قضاء إجازتهم عبر منصة رقمية في ٤٩ في المائة من الحالات خلال عام ٢٠٢١. رغم ذلك، بقي إجراء الترتيبات مباشرة ومن خارج الإنترنت مع مزود خدمة خياراً مهماً (٢٦ في المائة من الرحلات). من ناحية أخرى، عند حجز منازل لقضاء إجازات في الخارج، استخدمت المنصات في ٧٧ في المائة من الرحلات.

الشكل ٥-٣: السياحة الداخلية: رحلات إلى مساكن مستأجرة بحسب قناة الحجز (٢٠٢١)



بالاستناد إلى جميع الرحلات الداخلية التي قام بها المقيمون في إسبانيا خلال عام ٢٠٢١، مستخدمين أي نوع من المبيت، مثل مستأجرو منازل قضاء العطلة المحجوزة عبر منصّات نسبة ٥,٣ في المائة من الرحلات، ونسبة ٦,٠ في المائة من الليالي المُمضاة، ونسبة ٩,٧ في المائة من إجمالي النفقات.

الشكل ٥-٤: السياحة الخارجية: رحلات إلى مساكن مستأجرة بحسب قناة الحجز (٢٠٢١)



في حالة الرحلات الخارجية، مثلت منازل قضاء العطلة المستأجرة والمحجوزة عبر منصّات نسبة ١١,٩ في المائة من الرحلات، ونسبة ٧,٤ في المائة من الليالي المُمضاة، ونسبة ١٠,١ في المائة من إجمالي النفقات.

المصدر: المعهد الوطني الإسباني للإحصاء (INE).

مقاربة هادفة: إجراء مسح حول منصّات التوسّط الرقمية

أحد الخيارات المتاحة لقياس أنشطة منصّات التوسّط الرقمية، وهو مُقترح غالبًا، يتمثّل في استهداف منصّات عالمية الكبرى مباشرةً بمسح يطلب تفاصيل قيمة السلع والخدمات المتوسّط لها، ورسوم التوسّط، مع إذن بتشاطر معلومات البلد المعنيّ مع مراكمي إحصاءات آخرين (مثلًا داخل النظام الإحصائي الوطني لبلد ما، أو في ما بين البلدان، بشرط وجود اتفاقيّات تشاطر بيانات). مثل هذه المقاربة، على افتراض كونها ممكنة (وغير مكلفة للغاية)، من شأنها أن تحسّن بشكل كبير مدى تغطية منصّات التوسّط الرقمية، وتقديرات الواردات والصادرات من السلع والخدمات المتوسّط لها عبر المنصّات في إحصاءات التجارة الدولية. وهذا ما سيعود بالنفع، خصوصًا،

المعاملات عبر التطبيقات

يمكن اعتبار متاجر التطبيقات، بسبب جمعها بين مشتريين عديدين وبائعين عديدين مع عدم تملك التطبيق للسلعة أو عدم تقديم الخدمة الموقّرة عبره تقديمًا فعليًا، بمثابة منصّات توسّط رقمية. بهذا المعنى، عندما يشتري الفرد تطبيقًا، قد يكون جزء من المدفوعات رسوم التوسّط المسدّدة لمتجر التطبيقات. ربّما تُسَنّح لبعض البلدان فرص نفاذ إلى بيانات متّصلة بمعاملات خدمات رقمية عبر مزودي بيانات هم أطراف ثالثة (قد يكون من ضمنها معاملات تطبيقات). يجب توجّي الحذر لفهم ما إذا كانت البيانات تتضمن خدمة التوسّط التي يوفّرها متجر التطبيقات، وإلا فقد تحتاج إلى أن تعزى ضمن معاملة المشتري (أي الاستيراد).

المؤطر ٥-٩: منصات التوسط الرقمية في السياحة: تجربة فرنسا

استطاع بنك فرنسا، عبر إدراج أسئلة في المسح الرعيلي الخاص به حول الأسر المقيمة، وهو يغطي كلاً من السياحة المحلية والرحلات إلى الخارج، تحديد ما إذا كانت خدمات متنوعة متعلقة بالسفر قد طُلبت عبر استخدام منصات توسط رقمية (لم تُدرج مثل هذه الأسئلة في مسح الحدود المُجرى على زوّار أجانب). يحتوي المسح على أسئلة محدّدة حول طريقة الحجز للنقل وللمبيت:

كيف تمّ حجز وسيلة النقل/المبيت الخاصة بك؟

(١) الهاتف

(٢) الإنترنت/التطبيق

(٣) وجهًا لوجه

أيّ مشغل تمّ استخدامه؟

(١) وكيل سفر/ات/منظم رحلات (لارقمياً أو متصلاً بالإنترنت)

(٢) مباشرة مع الناقل/الفندق (لارقمياً أو متصلاً بالإنترنت)

(٣) منصة توسط عبر الإنترنت (مع أمثلة على النقل/المبيت)

(٤) مكّذّس/محرك بحث (مع أمثلة على النقل/المبيت)

المصدر: Banque de France.

من خلال المسوح الأسرية. يتعيّن استخدام هذه البيانات لتعبئة نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية، ويمكن تدميجه مع تقديرات نسب رسوم التوسط، بناءً على أمثلة معروفة أو ربما استناداً إلى إبلاعات المنصات المقيمة في البلد المُبلغ.

نورد في هذا الفصل التوصيات الآتية:

١ **تسجيل معاملات منصات التوسط الرقمية.** عند تحليل المعاملات التي تيسرها منصات التوسط الرقمية، من الضروريّ التمييز بين تسليم السلع أو الخدمات (المعاملة بين البائع والمشتري) وبين توفير خدمات التوسط (المعاملة بين المنصة من جهة والبائع والمشتري من جهة أخرى).

يجب تسجيل الرسوم البيّنة كدفعة مسدّدة للمنصة مقابل خدمات توسط، صادرة عن المشتري و/أو البائع، بحسب الاقتضاء.

ينبغي تعويض الرسوم المضمّرة. يمكن أن تستند أساليب التعويض إلى الفرق بين ما يدفعه المشتري وما يتلقاه البائع. كبديل عن ذلك، يمكن تقدير الرسوم بشكل منفصل (مثلاً، استناداً إلى إبلاعات المنصات العاملة في البلد المُبلغ).

عندما يتعدّر تحديد من يدفع الرسوم، يُنطلق من فرضيّة مُفادها أن رسوم التوسط يتحمّلها البائع بالكامل.

يجب تسجيل خدمات التوسط الرقمية في ميزان المدفوعات ضمن فئة «الخدمات المتصلة بالتجارة».

على البلدان التي لم تنشأ فيها منصات توسط رقمية، أو حيثما يواجه المراكمون تحديات لاستقاء معلومات بهدف تجميع إحصاءات حول منصات التوسط الرقمية.

ثمّة، على الأقلّ، مثال واحد على ذلك: تنشر مديريةّة Eurostat إحصاءات تجريبية شهرية حول أماكن المبيت القصير الأجل^{١٧} استناداً إلى بيانات تقدّمها لها أربع منصات دولية عقب اتفاقيّات لتبادل البيانات. على الرغم من عدم تضمّن النموذج أيّ معلومات نقدية، يمكن توسيعه.

٥-٥ توصيات

يوضح هذا الفصل كيفية تسجيل معاملات ممكّنة عبر منصات توسط رقمية في الحسابات الدولية.

كما يعطي بعض الأمثلة على معلومات مسحية حول صادرات خدمات التوسط الرقمية من جانب منصات مقيمة في الاقتصاد المراكم، ويقدم عدداً من الاقتراحات لاستجماع معلومات من الشركات حول الصادرات والواردات من السلع والخدمات المتوسطة لها عبر منصات.

علاوة على ذلك، يُقرّر بالتحديات أمام استجماع معلومات دقيقة عن واردات الأسر من خدمات التوسط الرقمية، مع تسليط الضوء على نجاح بعض البلدان في تجميع معلومات حول قيمة السلع والخدمات المشتراة عبر منصات توسط رقمية.

المؤطر ٥-١٠: تطوير كشط الويب عبر الإنترنت في إندونيسيا

أجرت هيئة الإحصاء الإندونيسية (BPS) عدّة دراسات استكشافية عبر استخدام تقنيات كشط الويب (Adhinugroho وآخرون، ٢٠٢٠؛ Bustaman وآخرون، ٢٠٢٠). جمّعت الدراسة الأولى على هذا الصعيد معلومات من ثلاثة مواقع تسوّق كبيرة عبر الإنترنت حول خصائص التجارة الإلكترونية، مثل المنتجات، والمتاجر، وتفاصيل فئة المنتج، ومعلومات المبيعات لكل منتج.

بالإضافة إلى ذلك، أجرت هيئة الإحصاء الإندونيسية دراسات حول منصات التوسط الرقمية عبر استخدام كشط الويب لتحديد الأوزان التي سيتم استخدامها في «مؤشر أسعار المستهلك»، ولاحساب معدّلات إشغال أماكن المبيت المروّج لها عبر الإنترنت بهدف استخدامها في إحصاءات السياحة.

بناءً على هذه التجربة، توصي هيئة الإحصاء الإندونيسية بإيجاد إطار شراكة مع منصات التوسط الرقمية وأساس قانوني لكشط الويب من أجل مواجهة التحديات المتصلة بالنفاذ إلى البيانات. لكنّ بروز تحديات مثل الحاجة إلى مُتسّعات (volumes) رحيبة لتخزين البيانات، ومسائل جودة البيانات، والهيكلية المختلفة لكل منصة، يجعل الملاحاة الأوتوماتية وكشط الويب أكثر تعقيداً.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

٤ قياس صادرات وواردات الشركات من السلع والخدمات عبر منصات التوسط الرقمية. على مسوح استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أو المسوح الأخرى الخاصة بمؤسسات الأعمال) أن تجمّع تفاصيل عن الصادرات والواردات من السلع والخدمات المتوسّط لها عبر المنصات.

٥ قياس الواردات عبر منصات التوسط الرقمية وواردات الأسر من خدمات التوسط الرقمية. على المسوح الأسرية (بما في ذلك مسوح الاستهلاك، أو مسوح استخدام الأسر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو مسوح القوى العاملة) أن تتضمّن أسئلة حول قيمة السلع والخدمات المشتراة عبر منصات التوسط الرقمية، مع تمييز المشتريات المحليّة من غير المحليّة كلّاً على حدة، وحول قيمة رسوم التوسط حيثما تكون معلومة. في الحد الأدنى يجب أن تتضمّن المسوح الأسرية أسئلة حول قيمة السلع والخدمات المشتراة عبر منصات توسط رقمية معروفة.

٦ قياس معاملات منصات التوسط الرقمية في قطاع السياحة. على مراكز إحصاءات السفر و/أو السياحة استجماع معلومات عن قيمة خدمات النقل والمبيت التي تيسرها منصات التوسط الرقمية ورسوم التوسط الرقمية المرتبطة بها.

٧ استهداف منصات التوسط الرقمية العالمية مباشرة. على وكالات الإحصاء الوطنية والدولية استكشاف إمكانية إجراء مسوح هادفة تشمل كبريات منصات التوسط الرقمية العالمية، مع ترتيبات لتشاطر البيانات عبر الحدود.

بغض النظر عما إذا كانت الرسوم بيّنة أو مضمّرة، يجب أن تعكس المعاملة الرئيسية (للمنتج المتوسّط له) بين المشتري والبائع:

- القيمة الكاملة التي يدفعها المشتري ناقص الرسوم التي يدفعها المشتري لمنصة التوسط الرقمية (إن وجدت)؛ أو، بكلام آخر
- قيمة السلعة أو الخدمة المتوسّط لها زائد رسوم التوسط التي يدفعها البائع لمنصة التوسط الرقمية.

٢ عرفة ومسح منصات التوسط الرقمية في الاقتصاد المراكم. على المراكمين استجماع معلومات حول رجحان منصات التوسط الرقمية في الاقتصاد المراكم. بعد إنجاز العرفة، يمكن استخدام المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال لقياس قيمة خدمات التوسط المتداولة (لا سيّما من جهة التصدير) عبر المنصات، فضلاً عن قيمة السلع والخدمات الارتكازية المتوسّط لها.

٣ قياس صادرات وواردات الشركات من خدمات التوسط الرقمية. على مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات أن تجمّع صادرات خدمات التوسط المنجزة عبر منصات مقيمة، فضلاً عن واردات الشركات من خدمات التوسط الرقمية المنجزة عبر منصات غير مقيمة. يجب أن تشرح تعليمات المسح بوضوح مدى تغطية البند المسمّى «الخدمات المتصلة بالتجارة». كمصدر مكمل، يمكن أيضاً استخدام مسوح استخدام مؤسسات الأعمال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل تجميع معلومات حول الرسوم المدفوعة للمنصات.

الجدول ٥-٤: نقاط القوة والمحددات في مصادر قياس المتاجرة بالسلع والخدمات عبر منصات التوسط الرقمية وتجارة رسوم التوسط

المصدر	نقاط القوة	المحددات
مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات	قياس صادرات خدمات التوسط (الرسوم)، بحسب البلد، من منصات التوسط الرقمية المقيمة. قياس واردات خدمات التوسط (الرسوم) من منصات التوسط الرقمية غير المقيمة. مُأدَمجة مع المصدر الرئيسي لإحصاءات تجارة الخدمات.	يجب إضافة أسئلة بغية تجميع قيمة المتاجرة بالسلع والخدمات عبر منصات التوسط الرقمية. قد يكون المجال محدوداً لإضافة أسئلة إلى مسوح المتاجرة الدولية بالخدمات بسبب الحاجة إلى تدبر معدلات الإجابة والعبء على المجيب.
مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بمؤسسات الأعمال	قد يوفر مسح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مرونة أكبر من بعض المسوح الأخرى الخاصة بمؤسسات الأعمال لجهة اشتماله على أسئلة تفصيلية حول المتاجرة بالسلع والخدمات عبر منصات التوسط الرقمية، وحول رسوم خدمة التوسط المدفوعة إلى هذه المنصات. يمكن تغطية المعاملات الميسرة عبر منصات التوسط الرقمية من حين إلى آخر، أو كجزء من وحدة وظيفية منتظمة.	لا تغطي بعض مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جميع الصناعات وجميع أحجام الشركات، لذا قد لا تكون مناسبة لعرفنة جميع منصات التوسط الرقمية المقيمة.
المسوح "الركنية" الخاصة بمؤسسات الأعمال	قياس مبيعات/ مشتريات السلع والخدمات من خلال منصة توسط رقمية أمر ممكن (من خلال سؤال جديد)، ويمكن دمجه مع سؤال حول الصادرات/الواردات. قد توفر مدى تغطية جيداً لموضوع النشاط الصناعي/حجم الشركة، وحجم عينات أكبر من مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	قد يكون المجال محدوداً لإضافة أسئلة إلى المسوحات المستخدمة للإحصاءات الاقتصادية الركنية بسبب الحاجة إلى تدبر معدلات الإجابة والعبء على المجيب.
المسوح الخاصة بالشركات المتعددة الجنسيات	يمكن أن تمثل الشركات المتعددة الجنسيات جزءاً كبيراً من المتاجرة بالسلع والخدمات، علماً بأن العديد من أكبر منصات التوسط الرقمية هي شركات متعددة الجنسيات. قد توفر المسوح الخاصة بالشركات المتعددة الجنسيات مزيداً من المرونة لجهة إدراج أسئلة إضافية مقارنة بأنواع أخرى من المسوح الخاصة بمؤسسات الأعمال.	تغطي فقط زمرة جزئية من مؤسسات الأعمال. تتطلب إضافة أسئلة جديدة.
مسوح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالأسر	من حيث المبدأ، يجب أن تعلم الأسرة المبلغ الإجمالي المدفوع مقابل معاملة معينة عبر منصة توسط رقمية. يمكنها التركيز بنجاح على معاملات مع منصات توسط رقمية معروفة.	قد يواجه المجيبون صعوبة في عزل المشتريات عبر منصات التوسط الرقمي عن الإنفاق الأوسع عبر الإنترنت. قد يواجه المجيبون أيضاً صعوبة في تمييز المبلغ المدفوع كرسوم لخدمات توسط رقمية. قد يواجه المجيبون أيضاً صعوبة في تحديد مكان إقامة منصة التوسط الرقمية ومورد السلعة أو الخدمة، من أجل الفصل في ما إذا كانت المعاملة المعنية عابرة للحدود أو محلية.
مسوح السياحة	يمكن أدمجة الأسئلة حول نفقات المبيت والسفر عبر منصات التوسط الرقمي أدمجة سهلة ضمن المسوح الخاصة بنفقات السياحة عبر الحدود.	قد يواجه المجيبون صعوبة في تمييز المبلغ المدفوع كرسوم لخدمات توسط رقمية. قد يواجه المجيبون أيضاً صعوبة في تحديد مكان إقامة منصة التوسط الرقمية.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD و WTO.

حواشٍ ختامية

١. سيتم تعريف أنشطة التوسط غير المالية في المراجعة الخامسة المقبلة للتصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC Rev.5) بأنها «أنشطة تسهيل المعاملات بين المشتري والمشتريين طلب و/أو تسليم السلع والخدمات مقابل رسوم أو عمولة، من دون حيازة أو تسليم السلع والخدمات المتوسط لها. يمكن ممارسة هذه الأنشطة على منصات رقمية أو عبر قنوات غير رقمية. يمكن استيفاء الرسوم أو العمولة مباشرة إما من المشتريين أو من البائعين، كما أن عائدات أنشطة التوسط يمكن أن تشمل مصادر دخل أخرى، كعائدات الأطراف الثالثة من الدعايات» (UN, 2022).
٢. يُنظر أيضًا في خيار بديل، وهو إدراج الـ DIPs في خانة صناعة معيّنة تقدم خدمات توسط رقمية. رفض هذا الاقتراح على أساس استحالة استخدام الدجته كعميار لتبني الشركات في الصناعة. لذا سيتم التعامل مع منصات التوسط الرقمي في ISIC مثلها تعامل شركات تقدم خدمات توسط مماثلة عبر وسائل أخرى.
٣. هي شركات بيع بالمفرق والجملة تعمل على شراء سلع أو خدمات وإعادة بيعها، وتلقّى معظم طلباتها رقميًا.
٤. [https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/CATT/c4-merchandising-and-factoryless-producers-clarifying-negative-exports-in-merchandising-and-merchandising.ashx](https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/CATT/c4-merchanted-and-factoryless-producers-clarifying-negative-exports-in-merchandising-and-merchandising.ashx) و https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/RADocs/DZ9_GN_Digital_Intermediation_Platforms.pdf.
٥. راجع الملحوظة الإرشادية C.4 «المنتجون المتاجرون بلا مصنع؛ توضيح الصادرات السلبية في المتاجرة؛ والمتاجرة بالخدمات»: <https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/approved-guidance-notes/c4-merchandising-and-factoryless-producers-clarifying-negative-exports-in-merchandising-and-merchandising.ashx>.
٦. أيدت المجموعة الاستشارية للـ OECD المعنية بقياس الناتج المحلي الإجمالي في الاقتصاد الرقمي هذه المقاربة لمعالجة رسوم التوسط المضمرة، وتمت الموافقة عليها في كتيب الـ OECD حول مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية (OECD, 2023). في حالة الرسوم المضمرة، سيدفع المستهلك ثمن السلع أو الخدمات المتوسط لها، بينما يُفترض أن يدفع البائع/المنتج جميع خدمات التوسط (المعتبرة بمثابة استهلاك وسيط). لذا سيكون مخرج المنتج معادلًا لسعر المشتري (أي بما في ذلك رسوم التوسط). تضمن هذه المقاربة تقيمة متسقة ضمن إطار يوازن بين العرض والاستخدام، وهو أكثر جدوى من وجهة نظر المراكمة، إذ إن جميع المعلومات حول الرسوم من المنتج/البائع أسهل من تجميعها من المستهلك.
٧. في حال الدفع نقدًا إلى البائع مباشرة عند التسليم، قد يتضمن المبلغ المستوفى جزءًا مخصصًا لرسوم التوسط يحوّل في النهاية إلى المنصة.
٨. يقدم الملحق «ب» قائمة بالمعاملات المحتملة إجراؤها عبر منصة توسط رقمية، وأين وكيف يجب تسجيلها في نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية (راجع الفصل 2، الجدول 2-2).
٩. http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=77704.
١٠. تجدر الإشارة، في ما يتعلق بمثلي الاتحاد الأوروبي والـ ONS، إلى أن المنصات قد لا تكون منخرطة في التجارة الدولية.
١١. <https://www.bea.gov/sites/default/files/2018-04/be120.pdf>.
١٢. راجع <https://www.bea.gov/be-10-benchmark-survey-us-direct-investment-abroad>.
١٣. راجع <https://www.bea.gov/sites/default/files/2018-04/be120.pdf>.
١٤. راجع https://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176990&menu=ultiDato&idp=1254735576863.
١٥. كسط الويب هو استخدام برمجيات لاستخراج بيانات من موقع ويب.
١٦. على سبيل المثال، قد يكون كسط الويب مخالفًا لشروط الخدمة على بعض مواقع الويب.
١٧. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms-monthly_data#:~:text=In%20total%2C%20450%20million%20nights,of%2057.4%20to%25%20compared%20to%202021.



٦- دراسات حالة

بدأت دول عدّة تطبّق المفاهيم الركنيّة الواردة في هذا الكتيّب لاشتقاق قياسات للتجارة الرقمية. توفرّ دراسات الحالة التفصيليّة المطروحة في هذا الفصل، وهي من إسهام الصين وجامايكا وإسبانيا وتركيا، مجموعة من الأمثلة والتطبيقات العمليّة للمراكمين من أجل البدء بقياس التجارة الرقمية.

دراسة الحالة رقم ١:

قياس تجارة البضائع المطلوبة رقميًا في الصين^١

١-١ مقدمة

الإدارة العامة للجمارك الصينية («China Customs») هي المسؤولة عن تجميع وترويج إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع في الصين. نظرًا إلى وجود اهتمام كبير مرتبط برسم سياسات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود ونموها السريع، أصبح قياس وتحليل المتاجرة الرقمية بالسلع أولوية بالنسبة إلى الجمارك الصينية.

بدأت جهود القياس الأولى عام ٢٠١٤ بتطبيق شيفرات لإجرائيات جمركية مخصصة وإصدار النتائج الأولية تحت عنوان «إحصاءات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود (CBEC) من منظور الرقابة الجمركية». لكن، على الرغم من تقديم استشرافات مفيدة حول الاتجاهات الحديثة، لا تستطيع سجلات الجمارك وحدها التقاط المبلغ الإجمالي لـ CBEC، إذ لا يصحح للجمارك عن جميع البضائع المطلوبة رقميًا، ولا تُفرج من الجمارك بموجب إجرائيات CBEC المخصصة هذه.

من أجل تحسين مدى التغطية وتوسيع القياس ليشمل الطرود البريدية، أجرت الجمارك الصينية، بالتعاون مع وزارة التجارة والمكتب الوطني للإحصاء، دراسة تجريبية أدت إلى تطوير مسح مخصص يستهدف الشركات المنخرطة بشكل كبير في التجارة الرقمية.

تقوم الجمارك الصينية حاليًا بتجميع إحصاءات حول المتاجرة الرقمية بالبضائع عبر تدميج السجلات الجمركية ومعلومات المسح، ومعهما مصادر بيانات أخرى. تُنشر هذه الإحصاءات تبعًا تحت عنوان «إحصاءات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود من منظور الشركات التجارية» منذ عام ٢٠٢١.

توضح دراسة الحالة هذه اختبارات الصين في قياس المتاجرة بالسلع المطلوبة رقميًا، أو المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود. يستعرض القسم ٢-١ مصادر البيانات المختلفة المستثمرة. يصف القسم ٣-١ منهجية المراكمة، ويفرش القسم ٤-١ النتائج الأولية. أخيرًا يستبصر القسم ٥-١ التجربة الكلية ويحدد الخطوات المستقبلية.

٢-١ مصادر البيانات

١-٢-١ سجلات الجمارك

في العام ٢٠١٤، بعد سلسلة من المقابلات ودراسات الجدوى مع أصحاب المصلحة في CBEC (بما في ذلك المنصات، والبائعون المتصلون بالإنترنت، وميسرو الخدمات اللوجستية، والوكالات الحكومية ذات الصلة)، أدخلت الجمارك الصينية إجرائية (procedure) جمركية مخصصة لعرفنة معاملات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود. أدخلت شيفرة جديدة «للمشتريات المباشرة عبر الحدود» (الشيفرة ٩٦١٠) من أجل تسليح المعالجة الجمركية لهذه المشتريات، وتيسير التخليص الجمركي للسلع من شركة إلى مستهلك (B2C) المطلوبة رقميًا، وتحسين كفاءة وفعالية الضوابط الجمركية، وتعزيز الإحصاءات الجمركية.

كنتيجة لذلك، تستفيد البضائع الخاضعة للإجرائية من التخليص المبسط والتصاريح التكدسية. يتعين على شركات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود أو وكلائها، بما في ذلك المنصات وميسرو الدفع أو الخدمات اللوجستية، تقديم طلبات إلكترونية، وكوبونات إلكترونية، وسندات شحن إلكترونية متصلة بالبضائع المطلوبة رقميًا إلى جانب وثيقة التصريح للجمارك الصينية. يتم الإفراج عن بضائع CBEC على الفور من الجمارك بمجرد التحقق من المستندات والمطابقة بينها. بحلول الخامس عشر من كل شهر، تلخص مؤسسات CBEC أو وكلائها جميع تصاريح التصدير المبسطة للشهر السابق، وتحوّلها إلى تصريح رسمي واحد بعد تطبيق الإجرائية الجمركية المخصصة للشراء المباشر عبر الحدود (أي الشيفرة ٩٦١٠). لإدخال الشيفرة ٩٦١٠ موضع التطبيق، يجب على شركات CBEC أو وكلائها توحيد تصاريحهم من حيث القيمة والكمية بحسب المُصدّر، وطريقة الشحن، وبلد الإيداع، وبلد آخر وجهة معروفة، وشيفرة السلع، وميناء التصدير. يسهل التصريح التكدسي إجراءات استرداد الضرائب. بالإضافة إلى ذلك، يمكن التعرف بسهولة على التصاريح الجمركية التي تحمل الشيفرة ٩٦١٠ في قاعدة البيانات عند إصدار إحصاءات عن سلع المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود.

في أواخر عامي ٢٠١٤ و ٢٠١٦، أدخلت الجمارك الصينية شيفرتين إجرائيتين جمركيتين إضافيتين، وهما «الشراء من المخزن عبر الحدود» (الشيفرة ١٢١٠) و «الشراء من المخزن عبر الحدود A» (الرمز ١٢٣٩). تُستخدم شيفرة الشراء من المخزن عبر الحدود (١٢١٠) في المنطقة التجريبية عبر-الحدودية الشاملة في الصين، بينما يطبق الشراء من المخزن عبر الحدود A (الرمز ١٢٣٩) في مناطق أخرى. صممت الجمارك الصينية هاتين الشيفرتين خصيصًا لسلع المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود، المستوردة على دفعات والمخزنة في مراكز جمركية لوجستية أو في

والإيرادات والمعلومات الأخرى المتاحة للعموم مرتين سنوياً عبر التقارير المالية التي تُصدرها بانتظام منصات التجارة الإلكترونية الخارجية الواسعة النطاق، مثل Amazon و eBay و Shopee و Wish، من أجل احتساب قيم تصفيات CBEC الخاصة بهذه المنصات. قيمة التصفية (settlement value) هي المال الذي يدفعه المشترون للبائعين مقابل بضائع صينية مباعه عبر هذه المنصات، ويتجاوز عادةً قيمة التصدير (راجع القسم ١-٣ للحصول على تفاصيل حول تقدير القيم-على-المتن (FOB) (free-on-board values) انطلاقاً من قيم التصفية). تقوم الجمارك الصينية بتحديث قائمة المنصات بانتظام.

١-٢-٤ المقابلات المختارة

من خلال مقابلات مع شركات ملائمة (بشكل رئيسي مع موردي الخدمات)، يمكن الحصول على مزيد من المعلومات حول تكلفة اللوجستيات، والدفع، وتدبر المنصة، وطرحها من قيم تصفيات المنصة عند تقدير الصادرات استناداً إلى القيمة-على-المتن.

١-٢-٥ مصادر أخرى

للحصول على حصّة سلع CBEC عبر الطرود البريدية والتوصيلات السريعة المعلنه للاستخدام الشخصي، أجرت الجمارك الصينية مسحاً هاتفياً في العام ٢٠١٩، بالتعاون مع وزارة التجارة وإدارة البريد الحكومية، لشاحني نحو ٥٠٠٠ طرد بريدي إلى الخارج تمّ اقتطافهم عشوائياً. أجري المسح في ست مدن هي هاربين (Harbin) و تشينغداو (Qingdao) و تشانغدو (Chengdu) و ووهان (Wuhan) و هانغجو (Hangzhou) و غوانغجو (Guangzhou)، وهي تغطي مناطق ساحلية وداخلية في الصين. تحدّدت حصّة سلع CBEC من الطرود الصادرة إلى الخارج عبر المسح الهاتفي، بينما تمّ تحديد قيمة الطرود الواردة إلى الداخل من خلال مقابلات مع مشغلي الطرود البريدية.

منذ العام ٢٠١٩ أدرجت طرود CBEC ضمن إحصاءات تجارة البضائع الخارجية. تُشتقّ القيمة الإحصائية عبر ضرب متوسط السعر الموضح على الطرود بعدد الطرود، بغية تقليل تأثير قيم السعر الشاردة والناجمة عن خطأ في التصريح. في ما يختصّ بالبند الإحصائية النظامية المستمدة من مصادر كنمط التجارة والمواقع المحلية (الملحق «ه»)، طوّرت الجمارك الصينية مجموعة شيفرات مُنبأية (proxy codes) لضمان التماسك والاتساق في قاعدة بياناتها الإحصائية. على سبيل المثال، إذا كانت سلعة من السلع ضرورية لإنتاج البيانات، ولكن ليس لديها شيفرة في «النظام المسقّى» (HS)، تُدخل شيفرة إضافية في قاعدة البيانات.

مناطق جمركية قبل تسليمها عبر طرود صغيرة للزبائن المحليين. استناداً إلى الشيفرات الثلاث الجديدة (٩٦١٠ و ١٢١٠ و ١٢٣٩)، قدّرت الجمارك الصينية أنّ إجمالي قيمة المعاملات في المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود بلغت ١٣,٣ مليار دولار أميركي عام ٢٠١٧، و ٢٧,٥ مليار دولار أميركي عام ٢٠١٩.

في حزيران/يونيو ٢٠٢٠، أدخلت الجمارك الصينية إجرائيتين جمركيتين إضافيتين لتخليص بضائع CBEC المصدّرة من شركة إلى شركة (B2B)، وهما «المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود ما بين الشركات» (الشيفرة ٩٧١٠) و «المستودع خارج البلاد لصادرات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود» (الشيفرة ٩٨١٠)، فتوسّعت الرقابة الجمركية على المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود من B2C إلى B2B. حالياً، تشكّل شيفرات الإجراءات الجمركية الخمس (٩٦١٠، ١٢١٠، ١٢٣٩، ٩٧١٠ و ٩٨١٠) المصادر الأساسية لإحصاءات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود.

١-٢-٢ المسح الخاص بالشركات

من أجل قياس البضائع المطلوبة رقمياً وغير المصرّح عنها بيئياً لدى الجمارك كسلع متاجرة إلكترونية عبر الحدود، أجري مسح استهدف مؤسسات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود. تُصنّف الجمارك الصينية المحيين عن المسح في أربع فئات وفقاً لأدوارهم التجارية:

- أ) منصات الطرف الثالث؛
- ب) المنصات الذاتية الصنع/الذاتية التشغيل؛
- ج) شركات التجارة الإلكترونية التي تقدّم خدمات ذات صلة بالمتاجرة الإلكترونية عبر الحدود، كالخدمات اللوجستية والتخليص الجمركي؛
- د) بائعي التجارة الإلكترونية الذين يبيعون سلعهم على منصات طرف ثالث.

حين يلعب أحد المحيين جميع الأدوار، تكون الاستبيانات الأربعة مطلوبة. عند تقدير إجمالي التجارة، لا يؤخذ في الحسبان سوى الاستبيانين المستكملين عبر منصات (أي الفئتين أ و ب)، مع استخدام البيانات المتبقية من الاستبيانين الآخرين لأغراض الاستيثاق والتحليل. يتعيّن على مؤسسات CBEC ذات الحجم التجاري الكبير تعبئة استبيانات مفصلة للإبلاغ عن مزيد من المعلومات حول منشأ منتجات CBEC ووجهتها. يجري المسح مرتين في السنة، والاستبيان متاح في الملحق «ه».

١-٢-٣ الإبلاغات المالية للمنصات خارج البلاد

يتمّ الحصول على إجمالي المبيعات (أي قيمة البضائع)

١-٣-٣ منهجية المراكمة

١-٣-١ الأهداف والمبادئ

تُراكم إحصاءات CBEC استنادًا إلى «إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع (IMTS) ٢٠١٠: المفاهيم والتعريفات» (UN)، (٢٠١١). تمثل منهجية إحصاءات CBEC لأربعة مبادئ رئيسية:

- **الأدجية:** يتطلب القياس مقارنة مُأدّجة، تشمل إحصاءات حول النطاق والمصادر وطرق المعالجة وآلية الإطلاق، لتعكس CBEC بطريقة شاملة.
- **الموثوقية:** جودة البيانات مضمونة من خلال إجراءات متينة في المسح وطرق معالجة سليمة.
- **الابتكار:** أبعد من الممارسات المعهودة لعرفنة السجلات الإدارية للجمارك المتعلقة بالتجارة الرقمية، تُستخدم تقنيات كشط الويب (أي إجراءات أوتوماتية لاستجماع بيانات من الويب) لاستخراج حصّة البضائع الصينية المباعة عبر منصّات خارج البلاد من أجل تقدير الصادرات المناسبة.
- **الاستقلالية:** إحصاء CBEC هو منتج إحصائي جديد أصبح الآن مدرّجًا ضمن إحصاءات المتاجرة الخارجية بالبضائع. وقد أُنتج بطريقة مختلفة مقارنة بإحصاءات CBEC الأخرى من منظور الرقابة الجمركية، ويتميّز بتفصيلية (granularity) أقلّ ووتيرة أكثر انخفاضًا.

١-٣-٢ مدى التغطية

الخطوة الأولى للقياس هي تحديد نطاق CBEC. تولي منظمة الجمارك العالمية (WCO) اهتمامًا كبيرًا لوضع تطوير CBEC على أنماط التخليص الجمركي. أنشئت «مجموعة عمل معنية بالتجارة الإلكترونية» على يد منظمة الجمارك العالمية خلال العام ٢٠١٦ لضمان تسهيل التخليص الجمركي وامتثاله لـ CBEC. شاركت الجمارك الصينية بنشاط في تطوير «إطار المعايير الخاص بـ WCO حول المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود» (WCO، ٢٠١٨). قاد خبراء إحصاء من الجمارك الصينية فريق العمليات التابع لمجموعة العمل الفرعية «القياس والتحليل» ضمن مجموعة العمل المعنية بالتجارة الإلكترونية. ينطبق «إطار المعايير» هذا، بشكل أساسي، على معاملات B2C و C2C، ويشجّع الأعضاء على تطبيق المعايير نفسها على معاملات B2B. كما يشير إلى أنّ الجمارك والوكالات الحكومية ذات الصلة يجب أن تعمل بشكل وثيق مع أصحاب المصلحة في التجارة الإلكترونية من أجل قياس وتحليل وإصدار إحصاءات CBEC وفقًا للمعايير الإحصائية الدولية والسياسات الوطنية المرسومة من أجل تسهيل اتّخاذ القرار.

يتوافق نطاق إحصاءات CBEC كما تقيسها الجمارك الصينية مع «إطار المعايير» هذا. يسجّل البنك المركزيّ المعاملات كسلع CBEC عند استيفاء المعايير الآتية:

- كانت المعاملات نتيجة متاجرة بين شركات أو أفراد داخل وخارج منطقة الصين الجمركية؛
 - المعاملات هي نتيجة طلبات مؤدّاة عبر منصة إنترنت؛
 - المعاملات هي نتيجة تسليم سلع عبر قنوات لوجستية مختلفة عبر الحدود.
- بالإضافة إلى التوافق مع المتطلبات الأساسية لإحصاءات المتاجرة الدولية للبضائع (أي حركة السلع عبر الحدود) على صعيد مدى التغطية، تتماشى المعايير المذكورة أعلاه أيضًا مع تعريف التجارة المطلوبة رقميًا (أو المتاجرة الدولية عبر الحدود) في هذا الكتيب. بهذا المعنى، تجتمع وتقدّم إحصاءات المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود كزمرة جزئية من إجماليّ إحصاءات المتاجرة بالبضائع.

١-٣-٣ قياس واردات CBEC

تُقدّر واردات CBEC بناءً على العملية الآتية:

- الخطوة ١: استقاء المدوّنات الإدارية للجمارك الخاصّة بشيفرات الإجراءات الجمركية ٩٦١٠ و ١٢١٠ و ١٢٣٩.
 - الخطوة ٢: استخراج النتائج المسحّة لقيم الواردات على السلع التي لم يصرّح عنها للجمارك بيّنًا كسلع CBEC.
 - تُكدّس، على التوالي، المدوّنات الإدارية الجمركية المستقاة عبر الخطوة ١ بصفتها «Vi1» (أي «قيمة استيراد ١»)، والنتائج المسحّة المستخرجة عبر الخطوة ٢ بصفتها «Vi2» («قيمة استيراد ٢»).
 - تُقسّم Vi2 على معدّل مدى تغطية الشركات المعايينة (Rsi)، المستفاد من مسح خاصّ بالشركات، للتقليل من تأثير الإغفالات.
 - يُحتسب Rsi بأنّه الحصّة المقدّرة للمعاملات التي أجرتها الشركات المعايينة من إجماليّ سلع CBEC.
 - تُشَقّ قيمة الاستيراد الإجمالية، Vi، عبر التصيغ (formula) الآتية: $Vi = Vi1 + Vi2/Rsi$
- يمكن التحقق من النتائج عبر مقارنة حصص المنصّات الرئيسية في الأسواق البارزة بتلك الخاصة بالقياسات السابقة لإجماليّ تجارة السلع الاستهلاكية.

١-٣-٤ قياس صادرات CBEC

قياس الصادرات المطلوبة عبر المنصّات المحلية (Ve1)

قيمة الصادرات التي تُبلغ عنها المنصّات المحلية في الاستبيان هي تكديسات مثل Ve1. تشمل المنصّات المحلية كلًّا من منصّات الطرف الثالث، والمنصّات المسيرة ذاتيًا/المنشأة ذاتيًا غير المشعّلة بواسطة طرف ثالث، كمثال Alibaba و Jindong و DHgate و Youzan و Shein.

١-٣-٥ التحقق من البيانات

مع توالي السنين شهدت العملية تطوير إحصاءات متينة نسبياً لـ CBEC. بين حين وآخر، تجرى مقابلات مع الشركات لتضيق نسب السوق الخاصة بالمنصات البارزة، وتُقدَّر بنسب المنصات المحلية والخارجية. إذا اختلفت النتائج بين المقابلات والتقديرات اختلافاً كبيراً، تقوم الجمارك الصينية بالتحقق مما إذا كانت هناك إغفالات أو أخطاء. بما أن غالبية سلع CBEC منتجات استهلاكية، يمكن التحقق من قسمة واردات وصادرات CBEC إلى إجمالي واردات وصادرات المنتجات الاستهلاكية، ومن النسبة المئوية للتغيرات.

١-٤ النتائج

١-٤-١ نتائج الكدّاسات الأولية

في العام ٢٠٢٢، بلغ إجمالي متاجرة الصين الإلكترونية عبر الحدود نحو ٣٠٩ مليار دولار أميركي، بزيادة قدرها ٣,٨ في المائة سنة بسنة (year-on-year). وزادت صادرات CBEC بنسبة ٦,٧٪ لتصل إلى ٢٣٠ مليار دولار أميركي. كما انكششت واردات البنك المركزي بنسبة ٣,٨ في المائة لتصل إلى ٧٩ مليار دولار أميركي (الجدول ١-٦).

الأسواق الرئيسية لصادرات الصين من المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود هي الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وماليزيا وفرنسا وألمانيا واليابان وإسبانيا وروسيا بحسب حجم أسواق التصدير، بينما تأتي واردات CBEC بشكل أساسي من الولايات المتحدة واليابان وجمهورية كوريا. تمثل السلع الاستهلاكية ٩٣ في المائة من صادرات CBEC، مع احتساب الملابس والأحذية والحقائب والمنسوجات والأدوات المنزلية الأخرى والمنتجات الإلكترونية كمنتجات رئيسية أيضاً. تبلغ حصة السلع الاستهلاكية من الواردات ٩٨ في المائة، وتتكوّن بشكل أساسي من العطور والماكياج وغيرها من لوازم العناية الشخصية والهتاف، والمنتجات الصحية، ومنتجات الأم والطفل.

١-٤-٢ ترويج الإحصاءات

تُراكم إحصاءات CBEC وتُصدّر سنوياً، مع توفير تقديرات أولية كلّ ثلاثة أشهر. لا تُنفع البيانات الأولية ربع السنوية. تُنتج بيانات واردات وصادرات CBEC بتفاوت مدته أربعة أشهر ريثما تتوفّر المصادر، فيما يتم إصدار إحصاءات الجمارك الصينية حول إجمالي تجارة البضائع عادةً في غضون شهر واحد. من أجل تحسين حسن توقيت إحصاءات CBEC، أنشئت آلية تقدير ربع سنوية عام ٢٠٢١.

تُشتق الإحصاءات الأولية لواردات وصادرات CBEC على أساس قياسات CBEC السابقة وإحصاءات تجارة البضائع للفترة

قياس الصادرات المطلوبة عبر المنصات الخارجية (Ve2)

تُستخدَم مصادر البيانات المدرجة في القسم ١-٢ لتقدير قيمة الصادرات المطلوبة عبر منصات خارجية مثل Amazon و eBay و Shopee و Wish.

لأخذ منصة Amazon كمثال، ولتحتسب صادرات CBEC عبرها كما يأتي:

- يُستخرج رقم أعمال الإيرادات لمُتاجر Amazon المتصلة بالإنترنت والخدمات البائع عبر طرف ثالث من التقارير المالية التي تُصدرها Amazon بانتظام.

- تُطبّق عمولة Amazon ورسوم التخزين ورسوم التوزيع والمصاريف الأخرى على المنتجات المباعة عبر Amazon (مستفاة من إجراء مقابلات مع البائعين الصينيين)، ويحوّل رقم أعمال الإيرادات إلى قيمة تصفية لسلع Amazon المجرة عبر طرف ثالث والذاتية التشغيل (Ea)، نسبة مبيعات السلع الصينية عبر Amazon).

- تحلّل المعلومات حول بائعي Amazon للحصول على تقدير لمبيعات السلع الصينية عبر Amazon (Ra)، قيمة البضائع نفسها، باستثناء أيّ خدمات المجرة عبر طرف ثالث، ثم تُشتقّ قيمة التصفية للسلع الصينية عبر Amazon (S1'). قيمة التصفية هي المبلغ الذي يدفعه مشتررون لبائعين مقابل بضائع صينية مباعة عبر منصات، وهو ما يتجاوز قيمة الصادرات.

$$S1' = Ea * Ra$$

- تحوّل S1' إلى صادرات مستندة إلى القيمة-على-المتن (S1) عبر تطبيق الرسوم المعبر عنها كنسبة مئوية (C)، وهذه تشمل رسوم المنصة والتكاليف اللوجستية ورسوم التخليص الجمركي والضرائب والرسوم الأخرى المدفوعة في عملية CBEC.

$$S1 = S1' * (1-C)$$

- تلخّص الصادرات الصينية التي طلبتها منصات مختلفة (مثل S1, S2... Sn) للحصول على إجمالي صادرات CBEC المباعة عبر منصات بارزة خارج البلاد (Ve2).

أدمجة بيانات صادرات CBEC المطلوبة عبر المنصات المحلية كما عبر المنصات الخارجية

- جمع الصادرات المطلوبة من المنصات المحلية (Ve1) إلى المطلوبة عبر المنصات الخارجية (Ve2).

- تضيق المجموع من خلال معدل مدى تغطية الشركات المعاينة (Rse)، المستفاد من مسح خاص بالشركات، للتقليل من تأثير الإغفالات، ثم احتساب قيمة التصدير الإجمالية لسلع CBEC (Ve) هكذا:

$$Ve = (Ve1+Ve2)/Rse$$

الجدول ٦-١: واردات وصادرات CBEC في الصين، ٢٠١٩-٢٢

السنة	القيمة بمليارات الدولارات الأميركية			سنة بسنة (%)		
	المجموع	الصادرات	الواردات	المجموع	الصادرات	الواردات
٢٠١٩	١٨٧	١١٦	٧١	١٧,٠	٢٤,٩	٦,١
٢٠٢٠	٢٣٤	١٥٧	٧٧	٢٥,٢	٣٥,٥	٨,٧
٢٠٢١	٢٩٧	٢١٥	٨٢	٢٧,٠	٣٧,٤	٦,١
٢٠٢٢	٣٠٩	٢٣٠	٧٩	٣,٨	٦,٧	٣,٨ -

المصدر: الجمارك الصينية.

المرجعية، المنتج بفضل السجلات الإدارية للجمارك، بما في ذلك الإجماليات التجارية، وحجم السلع الاستهلاكية، وإحصاءات CBEC من منظور الرقابة الجمركية، وكذلك طرود CBEC المستوردة والمصدرة كأمتعة شخصية. بسبب عدم توفر البيانات، لا توجد تقسيمات على مستوى التقدير الأولي للمتاجرة الإلكترونية عبر الحدود. سيتم تحديث التقدير السنوي من خلال الإحصاءات المنتجة عبر البيانات المسحية والمصادر الأخرى.

١-٤-٣ تقسيم إحصاءات CBEC

تُقسّم واردات وصادرات CBEC بحسب الشريك التجاري (البلد/ المنطقة)، والاستخدام النهائي، وأنماط الاستيراد والتصدير، والتموقعات المحلية، من أجل إجراء تحليل شامل. تساعد المعلومات المستقاة من المسح على تحديد نسبة التقسيم. تُعتمد طرق البيانات الضخمة لتحسين جودة البيانات الواردة من المواقع المحلية (على مستوى المقاطعات). لتسهيل عملية الإبلاغ، تُصنّف سلع CBEC فئتين في الاستبيان، سلعا استهلاكية ومدخلات إنتاج، وتقسّم الأولى إلى ١٠ مجموعات فرعية.

تُصنّف السلع الاستهلاكية من واردات CBEC على النحو الآتي:

• الطعام والشراب

• الحليب المجفف

• الحفاضات

• العطور والمكياج ولوازم العناية الشخصية والهندمة

• الأدوية والمنتجات الصحية مثل المكملات الغذائية

• الهواتف النقالة وأجهزة الحاسوب وغيرها من المنتجات الرقمية والأجهزة المنزلية والأعتدة الطرفية

• المنسوجات والأدوات المنزلية الأخرى

• الملابس والأحذية والحقائب

• لعب الأطفال ومنتجات الرضع والأطفال ما عدا الحليب المجفف

• سلع استهلاكية أخرى

تُصنّف السلع الاستهلاكية لصادرات CBEC على النحو الآتي:

• الملابس والأحذية والحقائب

• الهواتف النقالة وأجهزة الحاسوب وغيرها من المنتجات الرقمية والأجهزة المنزلية والأعتدة الطرفية

• المنسوجات والأدوات المنزلية الأخرى

• المجوهرات والساعات والوقتات والنظارات

• لعب الأطفال ومنتجات الرضع والأطفال ما عدا الحليب المجفف

• أصناف الترفيه والرياضة

• العطور والمكياج ولوازم العناية الشخصية والهندمة

• أواني البستنة والاستخدام المنزلي

• المنتجات الطرفية للسيارات

• سلع استهلاكية أخرى

١-٥ الاستنتاجات: الدروس المستفادة والتحديات والخطوات المستقبلية

١-٥-١ الدروس المستفادة

التعاون السليم بين مختلف أصحاب المصلحة أمر بالغ الأهمية لقياس التجارة الرقمية. تلقت الجمارك الصينية دعماً عند

بالمنصات المحلية، للحصول على بيانات تفصيلية، علماً بأنّ المسوح التي تجيب عنها المنصات المحلية لا يمكن أن تكون مفصلة وحسنة التوقيت مثل السجلات الإدارية.

- تفصيلية البيانات: بما أنّ إحصاءات CBEC مقيّدة بمنهجيات المراكمة، فهي منخفضة الوتيرة وذات تفصيلية قليلة الدقة، بحيث تفشل، أحياناً، في تلبية متطلبات مستخدمي البيانات، المعتادين على وتيرة عالية وأبعاد متعدّدة في إحصاءات تجارة البضائع التقليدية المستمدة من السجلات الإدارية للجمارك.
- تدابير لتحسين جودة البيانات: لا توجد طريقة كافية للتحقق من موثوقية المثابرات المطبقة في عملية التقدير. يتعيّن بذل المزيد من الجهود للحفاظ على مثابرات موثوقة تضمن تقدير الجودة. يجب استنباط طريقة مستدامة، ومجدية من حيث الكلفة، لتحديث المثابرات.

١-٥-٣ الخطوات المستقبلية

ستواصل الجمارك الصينية مراكمة إحصاءات CBEC على أساس منتظم. ستجرى قياسات لتحسين جودة البيانات، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر:

- تطبيق تكنولوجيا البيانات الضخمة لتحسين جودة البيانات ومنهجية المراكمة من أجل قياس الجميع وتقسيم البيانات بشكل أفضل
- إجراء مزيد من المقابلات مع «موقري خدمات إنشاء المحطّات» المستقلين (نوع من المنصات الذاتية التشغيل التي تعرف زبائنهم) والشركات المتخصصة في تقديم الخدمات اللوجستية والدفع لزيادة عدد المنصات وتعزيز مدى تغطية المشاركين في المسوح
- التمييز بين استبيانات المسح بحسب أنواع مختلفة من المجبيين لتقليل عبء الاستجابة والحصول على معلومات متنسقة
- تعزيز الشراكات مع مالكي البيانات.

مراكمة إحصاءات CBEC، إذ لا يمكن إنتاجها فقط من خلال السجلات الإدارية للجمارك على غرار طريقة إنتاج إحصاءات تجارة البضائع التقليدية. ساعدت الوكالات الحكومية المسؤولة عن التجارة والخدمات البريدية والإحصاءات في تحديد العينة للمجبيين، ووقّرت مصادر للتحقق التقاطعي من صحة البيانات. دعمت غرفة التجارة بناء علاقات بين الجمارك الصينية وأصحاب المصلحة في صناعة CBEC. تمّت عرفة المجبيين بناءً على حجم مبيعاتهم. ساعد مكتب الإحصاء الوطني في تصميم المنهجية وآليات ضبط جودة البيانات. جرى تشاطر استشرافات قيمة حول CBEC في المقابلات مع أصحاب المصلحة للمساعدة على إرساء معايير التقدير.

ثبت أنّ تدميج إجابات المسح الخاصّ بمنصات CBEC المحلية الرئيسية في طيّات القياس مجدّد على صعيد عصر التكلفة، وفعلًا في منع إغفال البيانات ودوبلتها. من بين جميع أصحاب المصلحة الذين تمّت مقابلتهم، تعدّ منصات CBEC الأنسب لتوفير بيانات حول الواردات والصادرات المطلوبة رقميًا. ذلك هو أحد الإسهامات الركنية لإحصاءات CBEC، ولا يمكن استخراجه من السجلات الإدارية للجمارك. كما يوفّر البائعون الإلكترونيون الرئيسيون ومزوّدو خدمات CBEC، بدورهم، معلومات مفيدة للتحقق من البيانات.

تمثّل إحصاءات CBEC لمعايير إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع. تُدرج سلع CBEC في البيانات، استناداً إلى IMTS ٢٠١٠ (UN، ٢٠١١) وإلى «نواظم إحصاءات الجمارك في جمهورية الصين الشعبية» بصفتها جزءاً من إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع، بعد نقلها فعلياً عبر الحدود. يتمّ تقييم الصادرات على أساس القيمة-على-المتن، وتقييم الواردات على أساس التكلفة والتأمين والشحن (CIF). الإحصاءات المستقاة من منصات CBEC تجمّع بأسعار تجار المفترق، المحتوية على رسوم المنصات، والرسوم اللوجستية مثل التوصيل إلى المنازل، والضرائب والرسوم الأخرى المستوفاة بعد التصدير أو الاستيراد المعلن في التصاريح الجمركية. أما القيم المجتناة من الاستبيان والمستكملة بقيم المنصات المحلية وقيم البضائع الإجمالية المستمدة من التقارير المالية لمنصات خارج البلاد، فيتمّ تنسيقها وتضبيبها. وهكذا يمكن تحليل إحصاءات CBEC في سياق المتاجرة الخارجية بالبضائع من أبعاد مختلفة.

١-٥-٢ التحديات

تمثّل التحديات الرئيسية في إرساء تعاون فعال مع منتجي البيانات، وتفصيل البيانات، وتحسين جودة البيانات:

- التعاون مع منتجي البيانات خارج البلاد: من الأصعب إرساء آلية تعاونية مع منصات خارج البلاد، مقارنة

دراسة الحالة رقم ٢:

نحو قياس أفضل للتجارة المسلمة رقمياً: تجربة الصين وآفاقها ٢

١-٢ مقدمة

وزارة التجارة الصينية (MOFCOM) هي المسؤولة عن تعزيز التجارة الخارجية والتعاون الاقتصادي الدولي، وعن المشاركة في مفاوضات التجارة الإلكترونية ضمن منظمة التجارة العالمية، وعن دفع تنمية التجارة الرقمية في الصين.

في العام ٢٠٠٦ أطلقت MOFCOM «مشروع ألف-مائة-عشرة»^٣ من أجل تعزيز الصادرات - المشار إليها هنا باسم «تعهد الخدمات» - لثلاث فئات من خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تُعتبر قابلة للتسليم رقمياً، أي تعهد تكنولوجيا المعلومات (ITO)، وتعهد العمليات الاعمالية (BPO) وتعهد عمليات المعرفة (KPO).^٤ كنتيجة لهذه المزمومة من السياسات المرسومة، شاركت أكثر من ٦٧٠٠٠ شركة في هذه الأنشطة، فتوفرت أكثر من ١٠ ملايين فرصة عمل، ووصلت الصادرات إلى ٢٠٠ اقتصاد في جميع أنحاء العالم.

من أجل تتبّع التطورات في هذا المجال بشكل أفضل، أدخلت MOFCOM في العام ٢٠٠٧ «نظام التقصي حول تعهد الخدمات» (المشار إليه في الآتي بعبارة «نظام التقصي»)

من أجل تجميع البيانات. في العام ٢٠٠٩ أدخلت MOFCOM «نظام التتبع المتصل بالإنترنت حول تعهد الخدمات»، وهو نظام متصل بالإنترنت لتجميع البيانات. منذ ذلك الحين أنجزت MOFCOM، بانتظام، تجميع البيانات وأمنت تدريب الموظفين على مستوى البلاد، وتُخضع نظام التقصي لعملية مراجعة كل ثلاث سنوات.

دراسة الحالة هذه منظمة على النحو الآتي. يستعرض القسم ٢-٢، بإيجاز، عملية المراقبة ومصادر البيانات. يقدم القسم ٣-٢ بعض النتائج الأولية وعملية الاستصاح. أخيراً يستبصر القسم ٤-٢ التجربة الكلية ويحدد الخطوات المستقبلية.

٢-٢ عملية المراقبة ومصادر البيانات

١-٢-٢ تعهد الخدمات الدولية: المفاهيم والتعريفات

تصنّف MOFCOM تعهد الخدمات في فئتين: تعهد الخدمات الدولية وتعهد الخدمات المحلية. يشير تعبير تعهد الخدمات الدولية إلى الخدمات التي تقدمها الشركات الصينية لزملائها خارج البلاد، بينما يشير تعبير تعهد الخدمات المحلية إلى خدماتها المقدمة للزملاء المحليين.

تصنّف MOFCOM خدمات التعهد بحسب طبيعة الأنشطة التجارية في ثلاث فئات هي ITO و BPO و KPO، كما يوضحه الجدول ٢-٦.

الجدول ٢-٦: تصنيف تعهد الخدمات

الفئة الرئيسية	الفئة الجزئية	طريقة التسليم
تعهد تكنولوجيا المعلومات (ITO)	خدمات الأبحاث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات	كلها/جُلّها مسلم رقمياً
	خدمات التشغيل والصيانة في تكنولوجيا المعلومات	
	خدمات تطوير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	
تعهد العمليات الاعمالية (BPO)	خدمات التدبّر الداخلي	مسلمة رقمياً بشكل جزئي
	خدمات العمليات الاعمالية	
	خدمات التصليح والصيانة	
تعهد عمليات المعرفة (KPO)	الخدمات الاعمالية	مسلمة رقمياً بشكل جزئي
	خدمات التصميم	
	خدمات الأبحاث والتطوير (R&D)	

المصدر: MOFCOM.

٢-٢-٣ مصادر البيانات

يعدّ «نظام التّبع عبر الإنترنت لتعهيد الخدمات»، الذي تمّ إطلاقه عام ٢٠٠٩، مصدر البيانات الرئيسيّ المستخدم في هذا السياق. يتعيّن على الشركات تدوين معلوماتها الأساسية في هذا النظام المتّصل بالإنترنت وتقديم تفاصيل حول عقود تعهيد الخدمات الخاصّة بها على أساس شهريّ. تقوم الإدارات التجاريّة الحكوميّة بعملية مراجعة منتظمة للتأكد من أنّ التصاريح الصادرة عن الشركات تفي بمتطلّبات النظام. تُلخّص البيانات المستصحّحة بعد المراجعات الحكوميّة، وتُجعل في تصرف الشركات والدوائر التجاريّة الحكوميّة للاستفسار.

مع حلول العام ٢٠٢١، تمّ تسجيل أكثر من ٦٧٠٠٠ شركة في النظام، وطُلب منها تقديم تقسيم لبياناتها بحسب نوع الأعمال والشريك التجاريّ. تُولد، انطلاقاً من هذه البيانات، تقارير على مستوى تفصيليّات (granular) لأغراض التحليل. تشارك نحو ١٠ آلاف شركة في المسح كلّ عام، وبعضها بشكل منتظم.

تُجرى المسوح عبر MOFCOM على مستوى الحكومة المركزيّة وعبر الإدارات التجاريّة على المستوى المحليّ. تتولّى الحكومات المحليّة مسؤوليّة استصحاح البيانات وتقديمها، وتقوم MOFCOM بمراجعتها في مرحلة لاحقة. يتكوّن الاستبيان من عدّة استمارات تجمّع معلومات عن كلّ مؤسسة، وعن تفاصيل الخدمات المقدّمة، وعن البنود المتفقّ عليها في العقود مثل الأطراف المتعاقدة والقيم، وحالة تنفيذ العقود، ومعلومات عن الجهاز البشريّ والمصادقات الدوليّة. الاستبيان متوفّر في الملحق «و».

كما هو محدّد في هذا الكتيّب، تشير التجارة المسلّمة رقمياً إلى المعاملات الدوليّة المسلّمة عن بُعد عبر الشبكات الحاسوبية. وفقاً لهذا التعريف، يعدّ تعهيد الخدمات الدوليّة كما تؤدّيه الشركات الصينية بمثابة خدمة قابلة للتسليم رقمياً ومزوّدة في الغالب بحسب النمط ١. وفيما يُعدّ ITO مسلماً رقمياً بشكل شبه كامل في الممارسة العمليّة، لا يزال BPO و KPO يتطلّبان بعض عمليّات التوريد على-أرض-الموقع. لم تُطبق MOFCOM، بعد، مسحاً لتجميع حصص التسليم الرقميّ في الفئتين الأخيرتين.

٢-٢-٢ المبادئ الإحصائية

عند تجميع إحصاءات تعهيد الخدمات، تطبّق المبادئ الآتية:

- **الاكتمال:** تنشئ MOFCOM نطاقاً إحصائياً، وقائمة المؤشّرات، ومقاربة القياس، وترويج البيانات، من خلال «نظام التقصّي» الخاصّ بها لتحقيق مدى تغطية أفضل.
- **حسن التوقيت:** مراعاةً لتطوّر تكنولوجيا المعلومات، يحدّث نظام التقصّي، بما في ذلك استمارات التسجيل، كلّ ثلاث سنوات. أنماط الأعمال الرقميّة المستجدة ستدرج في النظام ما إن يُسرّع في تطويرها. ثمة إلزام على أساس شهريّ بتحديث العقود الجديدة وتسليم الخدمات المكتملة وترويجها.
- **الإحكام:** أنشأت MOFCOM آلية مراجعة من ثلاث طبقات لاستصحاح الطلبات المقدّمة، ورصد الشواذات، وضمان الامتثال.

الجدول ٣-٦: تعهيد الخدمات الدوليّة في ٢٠١٩-٢٠٢٢

السنة	تعهد الخدمات الدوليّة	التعهد الدوليّ لتكنولوجيا المعلومات ITO	التعهد الدوليّ للخدمات BPO	التعهد الدوليّ لعمليات KPO
	القيمة (مليارات الدولارات الأمريكية)	القيمة (مليارات الدولارات الأمريكية)	القيمة (مليارات الدولارات الأمريكية)	القيمة (مليارات الدولارات الأمريكية)
٢٠١٩	٩٦,٩	٩	٤٢,٧	٦
٢٠٢٠	١٠٥,٨	٩	٤٦,٣	٩
٢٠٢١	١٣٠,٣	٢٣	٥٥,٠	١٩
٢٠٢٢	١٣٦,٨	٥	٥٦,١	٠,٢

المصدر: MOFCOM.

٢-٣ النتائج الأولى

٢-٤ الاستنتاجات: الدروس المستفادة والتحديات والخطوات المستقبلية

٢-٤-١ الدروس المستفادة

أبرزت تجربة MOFCOM عوامل رئيسية ثلاثة أسهمت في إنجاح مقاربتها:

- التجميع الإحصائي الذي يلزم به القانون: بتوجيه من المكتب الوطني للإحصاء في الصين، أطلقت MOFCOM

كما هو موضح في الجدول ٦-٣، بلغت قيمة تعهيد الخدمات الدولية في الصين ١٣٦,٨ مليار دولار أميركي في العام ٢٠٢٢، مسجلة قفزة بالنسبة إلى قيمتها في العام ٢٠١٩، ومقدارها ٩٦,٩ مليار دولار أميركي (أي بمعدل نمو سنوي قدره ١٢ في المائة). وقد ارتفع التعهيد الدولي لتكنولوجيا المعلومات (ITO الدولي)، الذي يمثل أكثر من ٤٠ في المائة من الإجمالي، من ٤٢,٧ مليار دولار إلى ٥٦ مليار دولار، بمعدل نمو سنوي قدره ٩,٥ في المائة.

الجدول ٦-٤: ITO الدولي بحسب الفئة في الصين، ٢٠١٩-٢٢

٢٠٢٢		٢٠٢١		٢٠٢٠		٢٠١٩		الفئة
التغير سنة بسنة	القيمة (مليارات الدولارات الأميركية)	التغير سنة بسنة	القيمة (مليارات الدولارات الأميركية)	التغير سنة بسنة	القيمة (مليارات الدولارات الأميركية)	التغير سنة بسنة	القيمة (مليارات الدولارات الأميركية)	
٠,٢	٥٦,١	١٩	٥٥,٠	٩	٤٦,٣	٦	٤٢,٧	التعهيد الدولي لتكنولوجيا المعلومات ITO
٠,١-	٤٤,٩	٢٠	٤٥,٤	١٠	٣٧,٨	٠,١-	٣٤,٤	خدمات الأبحاث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات
٩,٤	٩,٦	١٤	٨,٧	٧	٧,٧	٣٦	٧,١	خدمات التشغيل والصيانة في تكنولوجيا المعلومات
٨,٢	١,٦	٩	٠,٩	٢٩-	٠,٨	١٥٥	١,٢	خدمات تطوير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات

المصدر: MOFCOM.

الجدول ٦-٥: صادرات ITO مقارنة بصادرات خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات، ٢٠١٩-٢٢

النسبة	صادرات خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات (مليارات الدولارات الأميركية)	الـ ITO الدولي (مليارات الدولارات الأميركية)	
٪٧٩	٥٣,٩	٤٢,٧	٢٠١٩
٪٧٦	٦٠,٨	٤٦,٣	٢٠٢٠
٪٦٩	٧٩,٥	٥٥,٠	٢٠٢١
٪٦٥	٨٦,٢	٥٦,١	٢٠٢٢

المصدر: MOFCOM.

الصينية، وإدارة الضرائب الحكومية، ووزارة الصناعة وتكنولوجيا المعلومات. ستدرس MOFCOM أيضًا جدوى تطبيق تكنولوجيا البيانات الضخمة لسد فجوات البيانات.

٣. **توطيد التعاون الدولي:** تهدف MOFCOM إلى تعزيز الشراكات مع المنظمات الدولية وإلى تبادل الخبرات والممارسات مع البلدان الأخرى.

«نظام التقصي حول تعهيد الخدمات» عام ٢٠٠٧ لإجراء تقصي إحصائي حول ITO الدولي على مستوى البلد. كانت الشركات ملزمة بتسجيل المعلومات التجارية لتمكين MOFCOM من تجميع ومعالجة وتحليل وترويج البيانات المتعلقة بتعهيد الخدمات.

• **تنفيذ نظام متصل بالإنترنت:** أنشأت MOFCOM «نظام التتبع عبر الإنترنت لتعهيد الخدمات» عام ٢٠٠٩ لتجميع بيانات حسنة التوقيت ومُحَكَّمة. يخضع هذا النظام لمراجعة وتحديث كل ثلاث سنوات، مع توفير دليل المستخدم للشركات والحكومات المحلية.

• **التدريب المنتظم:** كل عام توفّر MOFCOM دورات تدريبية على الصعيد الوطني للمسؤولين المحليين حول أحدث التطورات في تعهيد الخدمات وآخر المتطلبات المستجدة في العمل الإحصائي. ثم تقوم الحكومات المحلية بتوفير التدريب لشركاتها. وقد تم إنشاء مجموعة اتصال على وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل تبادل الممارسات.

٢-٤-٢ التحديات

تتعلق التحديات المواجهة بالتنفيذ الفعلي لعمليات التجميع والمراكمة. تتيح أحدث التقنيات المستخدمة في عملية التجميع تسليم الخدمات عبر منصة سحابية. رغم ذلك لا تغطي دائمًا نماذج الأعمال المستجدة في الوقت المناسب. فضلاً عن ذلك، لا يغطي ITO الدولي، حالياً، سوى الصادرات المسجلة رقمياً.

٢-٤-٣ تحسينات مقترحة إضافية

في المستقبل تخطط MOFCOM لمواصلة تعزيز وتحسين قياس التجارة المسجلة رقمياً. ستؤخذ الخطوات الآتية في الحسبان:

١. تعزيز نظام التقصي من خلال:

• مطالبة الشركات بتقديم معلومات عبر الاستثمارات عن حصص الخدمات المسجلة رقمياً من إجمالي الخدمات بغية تسهيل قياس التسليم الرقمي للأبحاث والتطوير، وللتصميم، وللصوت والفيديو، فضلاً عن الخدمات الابتكارية؛

• إضافة منصات التوسط الرقمية كقناة جديدة إلى الاستثمارات من أجل الاستحصال على قيم معاملات التجارة المسجلة رقمياً عبر منصات التوسط الرقمية من الشركات؛

• مراكمة واردات خدمات التعهيد.

٢. **تنويع مصادر البيانات:** تهدف MOFCOM إلى تيسير تشاطر البيانات مع مالكي البيانات العامة مثل الجمارك

دراسة الحالة رقم ٣:

التجارة الرقمية في جامايكا: استكشاف مقاربات قياس جديدة °

١-٣ مقدمة

عام ٢٠٢١ نسّقت إدارة الضرائب في جامايكا (TAX) عملية جُرد كان هدفها عرفة سلسلة من مصادر البيانات المحتملة المتصلة بتقدير التجارة الرقمية في جامايكا، بما في ذلك المعلومات الرسمية والبيانات الاختبارية. سلّطت العملية الضوء على مُتاحة اشتقاق تقديرات حول التجارة الرقمية عبر استغلال مصادر البيانات الحالية ومن دون تطوير أدوات مسح جديدة مُكلفة.

يمكن استخدام معظم المصادر المعروفة، بما في ذلك مسح الظروف المعيشية، والمسوح على الحدود، وبيانات بطاقات الدفع، والمصادر الإدارية، لتقدير التجارة المطلوبة رقمياً (الجدول ٦-٦). بالإضافة إلى ذلك، أُحرز بعض التقدم في استكشاف قياس التجارة المسلمة رقمياً والتجارة عبر منصّات التوسّط الرقمية، لكنّ هذه الجهود ما زالت في مرحلة مبكرة. تجدر الإشارة إلى أنّ المقاربات الموصّفة في دراسة الحالة هذه لم توضع، بعد، موضع التنفيذ.

كان الهدف من عملية الجرد تعزيز تناسق عمليّات تجميع البيانات الوطنية، كما الاستفادة الفضلى من استخدام طواقم البيانات الإحصائية الموجودة، خصوصاً تلك المستخدمة في تجميع ميزان المدفوعات والحسابات القومية في جامايكا. القصد من ذلك هو استخراج قياسات ملائمة لرسم سياسات التجارة الرقمية من دون توليد أعباء مفرطة، سواء على المراكز الإحصائية أو على المحييين عن المسوح. استناداً إلى المعلومات

التي قدّمها أصحاب المصلحة الرئيسيون في النظام الإحصائي في جامايكا، وامتثالاً لتوصيات «كتيّب قياس التجارة الرقمية» (IMF، WTO، OECD، ٢٠١٩)، قد تكون هذه المقاربة مناسبة للبلدان التي تنطوي على قدرات إحصائية مماثلة لجامايكا.

دراسة الحالة مننّمة على النحو الآتي. يستعرض القسم ٢-٣ مصادر البيانات المفتوحة التي يمكن استغلالها لاشتقاق تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً، وبدرجة أقلّ التجارة المسلمة رقمياً. يقدّم القسم ٣-٣ لمحة موجزة عن التحديات المستقبلية وسبل المُضيّ قُدماً.

٢-٣ مصادر البيانات

١-٢-٣ مسح الظروف المعيشية

يُجرى مسح الأحوال المعيشية (SLC) مرّة واحدة سنوياً، ويتضمّن أسئلة حول استخدام الأسر للإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات (ICT). يقوم به معهد الإحصاء الجامايكي (STATIN) عبر الإنترنت أو البريد العاديّ أو المقابلات الشخصية.

عند كتابة هذا التقرير، كان هناك سؤال واحد، في الجزء L من القسم ٦ في الاستبيان، يسأل أفراد الأسرة عما إذا استخدموا الإنترنت لشراء/طلب سلع أو خدمات عبر الإنترنت، وهو ما يعطي بعض المعلومات حول التجارة المطلوبة رقمياً. كما تتيح أسئلة إضافية حول استهلاك خدمات شتّى، بما في ذلك الأفلام الدقّية والنفاذ إلى الخدمات التعليمية والمالية (انظر الشكل ٦-١)، بعض الأفكار حول التجارة المسلمة رقمياً. يعمل STATIN حالياً على تكييف الاستبيان كي يشمل معلومات عن قيمة المشتريات المنجزة عبر الإنترنت، وهذا ما سيّتيح تقييماً أكثر دقّة لقيمة السلع والخدمات المطلوبة رقمياً.

كما هي الحال بالنسبة إلى معظم المسوح الأسرية، لا

الجدول ٦-٦: قائمة مصادر البيانات المقترحة لقياس التجارة الرقمية في جامايكا، ٢٠٢٢

الفئة	المصدر الوطني	نوع التجارة
المسوح الأسرية	مسح الظروف المعيشية (SLC)	مطلوبة رقمياً
المسوح على الحدود	مسح الإنفاق السياحي (TES)	مطلوبة رقمياً
	مسح رضى السياح (TSS)	مطلوبة رقمياً
بيانات بطاقات الدفع	بنك جامايكا	مطلوبة رقمياً/مسلمة رقمياً
البيانات الإدارية	إدارة الضرائب في جامايكا (استمارات ضريبة القيمة المضافة)	مطلوبة رقمياً
	وكالة الجمارك الجامايكية (البيانات الجمركية)	مطلوبة رقمياً

المصدر: إدارة الضرائب في جامايكا.

الشكل ٦-١: مسح الأحوال المعيشية - الجزء L القسم ٦ - سؤال حول استخدام الإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات

For which of the following personal activities did you use the Internet in the past 3 months (from any location)?

- A Sending or receiving email.....
- B Information search/Browsing.....
- C Telephoning over the internet.....
- D Participating in social networks.....
- E Accessing chat sites, blogs, news groups or online discussions.....
- F Purchasing/ordering goods or services.....
- G Internet banking or other financial services.....
- H Education, research and related activities.....
- I Reading/downloading online newspapers, magazines, books.....
- J Streaming or downloading images, movies, videos, music; playing or downloading games.....
- K Seeking jobs, submitting job applications, participating in professional networks.....
- L Using storage space on the internet to save documents, pictures, music, video or other files.....
- M Using software run over the internet for editing documents, spreadsheets or presentations.....
- N Other(Specify).....

YES.....1

NO.....2

MULTIPLE RESPONSES

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N

المصدر: STATIN.

ولا توجد معلومات للتمييز بين البعد المحلي والبعد الدولي (راجع الجدول ٦-٧).

يوفر هذا المصدر أي قيم نقدية، لذا لا يمكن استخدامه لمعرفة معاملات التجارة الرقمية. وثمة محدوديات إضافية، منها مستوى التفصيل والافتقار إلى نطاق جغرافي. في واقع الأمر، لا تُعرف السلع والخدمات كلاً على حدة في السؤال حول الطلب الرقمي،

الجدول ٦-٧: أبعاد التجارة الرقمية في مسح الأحوال المعيشية في جامايكا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية مدرجة في إحصاءات الظروف المعيشية ولكن القيمة النقدية للتدفقات الرقمية مُقصة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	المطلوب رقمياً مغطى جزئياً، والمسلم رقمياً يمكن ملاحظته (approximated).
المنتج (أي؟)	لا تغطية	لا تمييز بين السلع والخدمات..
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	الأسر.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	لا تشمل التغطية سوى المشتريات.
قناة متصلة الإنترنت	لا تغطية	لا يميز الاستبيان بين القنوات المختلفة.
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	لا تغطية	ما من تقسيم جغرافي للتجارة الرقمية إلى معاملات محلية ومعاملات عابرة للحدود.

المصدر: بنك جامايكا.

٣-٢-٢ مسح الإنفاق السياحي ومسح رضى السياح

يجري مجلس السياحة في جامايكا (JTB) كلاً من مسح رضى السياح (TSS) ومسح الإنفاق السياحي (TES) على أساس سنوي ونصف سنوي على التوالي.

يقيس TSS الرضى العام للسياح الذين يزورون جامايكا، ويوفر معلومات مهمة عن القنوات التي يحجز عبرها السياح الوافدون إلى جامايكا أماكن مبيتهم، لذا يقدم استشرافات حول صادرات الخدمات المطلوبة رقمياً في جامايكا.

يقيم TES الإنفاق المقدّر للزوّار على أساس شهري وفصلي من أجل إنتاج تقدير سنوي. يقيّم المسح بين الإقامة القصيرة الأجل والإقامات الطويلة الأجل، ويميّز بين الجامايكيين المقيمين، والقوّات المسلّحة، وغير المقيمين. تلعب هذه التقديرات دوراً مهماً في تجميع بيانات التصدير المتصلة بالسفر والخاصة بحساب الخدمات ضمن ميزان المدفوعات. لا يغطّي مصدر البيانات هذا سوى تدفّقات السياحة الداخلية (الصادرات). في المستقبل يمكن تقييم المعلومات عن المقيمين الجامايكيين المنخرطين في سياحة خارجية عبر استخدام مصادر بيانات إضافية، مثل بيانات البطاقة الائتمانية.

٣-٢-٣ بيانات البطاقة الائتمانية

يقوم بنك جامايكا (BOJ)، المفوض بموجب وثيقة إقرار بنك جامايكا (BOJ Act)، بتجميع معلومات عن معاملات البطاقات الائتمانية للمقيمين في جامايكا (Bank of Jamaica، ١٩٦٠). حالياً يُطلب من أربع شركات بطاقات ائتمانية دولية (هي Visa و Mastercard و Japan Credit Bureau و American Express) تقديم معلومات عن معاملات البطاقات الائتمانية إلى بنك جامايكا. توفر شركات البطاقات الائتمانية بيانات الإنفاقات الشهريّة الخاصّة بالمقيمين في جامايكا والمؤدّة عبر مواقع ويب أجنبية، وهي ما يمكن اعتباره مُناباً (proxy) للواردات المطلوبة رقمياً.

رغم ذلك يواجه بنك جامايكا، في هذه المرحلة من الاستكشاف، محدوديات مفتاحيّة (الجدول ٦-٨). أولاً، صحيح أنّ المعلومات التي أبلغت عنها شركات البطاقات الائتمانية مقسّمة بحسب شيفرة فئة التاجر (المكوّنة من أربعة أرقام والمصنّفة لنوع السلع أو الخدمات التي تقدّمها مؤسّسة الأعمال)، لكنّ مستوى التفصيل المتاح لا يسمح بعرفنة المنتجات عرفنة دقيقة. كذلك يُعدّ التفصيل بين مقيمين وغير مقيمين أمراً صعباً، لأنّ معلومات البطاقة الائتمانية تشير فقط إلى بلد إقامة المصرف الذي أصدر البطاقة، لا مكان إقامة مستخدم البطاقة. في هذه المرحلة تناهز حصّة النفقات عبر الحدود، لأنّ تمييزها الدقيق غير متوقّر.

الجدول ٦-٨: أبعاد التجارة الرقمية الملتقطة بواسطة بيانات البطاقة الائتمانية في جامايكا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	البيانات مُفصّلة بحسب المنتج أو القطاع. يمكن توفير تفصيل جزئيّ عبر استخدام بيانات بوابة الدفع.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	بنود الإنفاق لكل من السلع والخدمات المطلوبة عبر الإنترنت موجودة. يمكن عرفنة الخدمات المسلمة رقمياً استناداً إلى قائمة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً على النحو الموصى به في هذا الكتيّب.
المنتج (أي؟)	جزئي	تُجمّع معلومات عن معاملات البطاقات الائتمانية لكلّ من السلع والخدمات. يُعتبر التصنيف بحسب المنتجات/القطاعات أمراً صعباً، ويتمّ تقصّيه حالياً.
الجهات الفاعلة (من؟)	لا تغطية	التقسيم بحسب الإقامة غير متاح في بيانات البطاقة الائتمانية. في المستقبل يمكن استخدام معلومات إضافية من بيانات بوابة الدفع لعرفنة حصّة المعاملات العابرة للحدود.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	المشتريات فقط.
قناة متّصلة بالإنترنت	لا تغطية	لا تمييز بحسب نوع القناة المتّصلة بالإنترنت.
أنواع الصناعات	لا تغطية	لا تقسيم بحسب أنواع الصناعات.
الجغرافيا (محليّة/عابرة للحدود)	لا تغطية	ما من تقسيم جغرافيّ إلى معاملات محليّة ومعاملات عابرة للحدود.

المصدر: بنك جامايكا.

٣-٢-٤ بيانات الجمارك

تقوم وكالة جمارك جامايكا (JCA)، المفوضّة بموجب وثيقة إقرار الجمارك (Customs Act) عام ١٩٤١، بتجميع معلومات عن السلع المستوردة والمصدّرة عبر حدود جامايكا. كجزء من هذا التفويض، تقوم JCA أيضاً بتجميع معلومات عن شركات البريد السريع التي تقوم فعلياً بتسليم البضائع المطلوبة رقمياً. تساعد البيانات التي تجمّعها JCA على تقدير النسبة المئوية للبضائع المطلوبة. واستناداً إلى البيانات الحالية، تُقدّر JCA أنّ أكثر من ٩٠ في المائة من خدمات البريد السريع تُستخدم للبضائع المطلوبة من الخارج.

تجمّع المعلومات عبر استخدام نظام الأونكتاد المُأتمّمت للبيانات الجمركية (ASYCUDA)، وكذلك بيانات من سجلات مؤسسات الأعمال. تتيح هذه البيانات عرفة الشركات التي

في المستقبل تخطّط جامايكا لاستخدام بيانات من شركات بوابات الدفع (payment gateway) لتفصيل بيانات البطاقة الائتمانية بشكل أفضل من حيث السلع والخدمات. بوابة الدفع هي تقنية يستخدمها التجار لقبول مشتريات البطاقات الحسّمية أو الائتمانية من الزبائن. لا يشمل هذا المصطلح أجهزة قراءة البطاقات الفعلية الموجودة في متاجر البيع بالمفرّق فحسب، بل بوابات معالجة الدفع الموجودة في المتاجر المتصلة بالإنترنت. يمكن استخدام بيانات بوابات الدفع للوصول إلى معلومات إضافية حول متوسط قيمة المعاملة، والموقع الدقيق الذي أنجز فيه الدفع. حالياً يتم العمل على تدميج بيانات البطاقة الائتمانية مع بيانات بوابات الدفع الأكثر تفصيلاً، ولم يخضع هذا الأمر، بعد، للترويز في النظام الجامايكي. بعدئذٍ تخطّط جامايكا لاستخدام بيانات البطاقة الائتمانية لتكملة إحصاءات ميزان المدفوعات بمعلومات محسّنة عن التجارة المطلوبة والمسلمة رقمياً.

الجدول ٦-٩: مستخلص من بيانات ميزان مدفوعات جامايكا المُثارة ببيانات الجمارك (بيانات شهرية ٢٠٢٠-٢١)

بملايين الدولارات الأميركية	آذار-٢٠	حزيران-٢٠	أيلول-٢٠	كانون-٢٠	آذار-٢١	حزيران-٢١	أيلول-٢١	كانون-٢١
السلع والخدمات (الرصيد)	٣٣٩,٩ -	٦٩١,٦ -	٧١١,٣ -	٨٢٥,٥ -	٧٠٨,٩ -	٥٧٩,٩ -	٧٦٣,٠ -	٩٧٦,٧ -
الخارج	١٤٦٥,٢	٤٨٢,٢	٦٣٠,٦	٧٦٤,٩	٨٥٠,٥	١١٤٧,٠	١١٨٠,٨	١٢٠٦,٩
الداخل	١٨٠٥,١	١١٧٣,٨	١٣٤١,٩	١٥٩٠,٤	١٥٥٩,٤	١٧٢٦,٠	١٩٤٣,٨	٢١٨٣,٦
السلع (الرصيد)	٨٥٣,٣ -	٦١٤,٢ -	٦٦٠,٠ -	٨٢١,٠ -	٦٤٧,٢ -	٥٥٦,٦ -	٥٧٧,٩ -	١٠٤٣,٩ -
الصادرات	٣٥٨,٢	٣٦٤,٧	٣٠٦,٤	٣٢١,٢	٣٦٠,٣	٤٢٢,٩	٣٧١,٥	٢٨٦,٠
الواردات	١٢١١,٦	٨٧٨,٩	٩٦٦,٤	١١٤٢,٢	١٠٠٧,٥	٩٧٩,٥	٩٤٩٤,٤	١٣٢٩,٩
الخدمات (الرصيد)	٥٣١,٤	٧٧,٤ -	٥١,٣ -	٤,٥ -	٦١,٨ -	٢٣,٣ -	١٨٥,١ -	٦٧,٢
الخارج	١١٠٧,٠	٢١٧,٥	٣٢٤,٢	٤٤٣,٨	٤٩٠,١	٧٢٤,٢	٨٠٩,٣	٩٢٠,٩
الداخل	٥٩٣,٦	٢٩٤,٩	٣٧٥,٤	٤٤٨,٣	٥٥١,٩	٧٤٧,٥	٩٩٤,٤	٨٥٣,٧
إجماليّ صادرات السلع	٣٥٨,٢	٣٦٤,٧	٣٠٦,٤	٣٢١,٢	٣٦٠,٣	٤٢٢,٩	٣٧١,٥	٢٨٦,٠
إجماليّ واردات السلع	١٢١١,٦	٨٧٨,٩	٩٦٦,٤	١١٤٢,٢	١٠٠٧,٥	٩٧٩,٥	٩٤٩,٤	١٣٢٩,٩
إجماليّ واردات البريد السريع	١٢٢,٠	١١٥,٧	١٠٦,٦	١٨٤,٠	١٥٦,٦	١١٨,٥	١١٨,٥	٤٥,٧
واردات البريد السريع كنسبة مئوية من إجماليّ الواردات	١٠ %	١٣ %	١١ %	١٦ %	١٦ %	١٢ %	١٢ %	٣ %

المصدر: بنك جامايكا (٢٠٢٢).

تسجل تقديم خدمات البريد السريع كوظيفة عملها الركنية. تُجمع واردات الشركات المسجلة كخدمات بريد سريع في حاصل واحد يُقسّم على إجمالي الواردات كما هو مسجل في إحصاءات ميزان المدفوعات. حاليًا تُدرج حصص الواردات عن طريق خدمات البريد السريع في إحصاءات ميزان المدفوعات، وهي بمثابة مُناب لتجارة السلع المطلوبة رقميًا (راجع الجدول ٦-٩).

٣-٢-٥ البيانات الإدارية حول التصاريح الضريبية

تعمل هيئة إدارة الضرائب في جامايكا (TAJ) في ظل إطار تشريعي شامل يضبط الإدارة الفاعلة والفعالة للضرائب. يمكن ل TAJ الحصول على معلومات من التصاريح الضريبية (ضريبة الاستهلاك العامة، المُشار إليها عادةً باسم ضريبة القيمة المضافة) على الخدمات. وبشكل أكثر تحديدًا، من خلال هذه التصاريح يتم التقاط الإيرادات المحصّلة عبر مدفوعات الضرائب على السلع والخدمات المصدّرة/ المستوردة على يد موردين غير مقيمين ومستوردين مقيمين لفترة الإبلاغ المعنية (Tax Administration Jamaica، ٢٠٢٢).

يمكن تنفيذ هذا المقاربة في المستقبل بغية تقدير مُناب للتجارة المطلوبة رقميًا والمسلّمة رقميًا، وهذا ما يقتضي أن توضع موضع التطبيق آلية إبلاغ بين TAJ و BOJ و STATIN

من أجل الموازنة بين المعلومات الإحصائية. يمكن اشتقاق مُناب للتجارة المطلوبة رقميًا عن طريق مطابقة قيمة المنتجات المشار إليها في التصريح بقائمة السلع الممكنة عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما تحددها الأونكتاد. لكن هذا الأمر سيستلزم معلومات إضافية حول السلعة أو الخدمة. بالنسبة إلى التجارة المسلّمة رقميًا، ستحتاج STATIN أولًا إلى استخراج قائمة بالمؤسسات التي تباع عادةً خدمات قابلة للتسليم رقميًا (مثلًا، الوسطاء الماليون). يمكن ل STATIN أن تفرض عتبة على الصادرات بناءً على الافتراض القائل بأنّ المبالغ ما دون هذه العتبة تمثل خدمات مورّدة. وهذا ما قد يتيح تجنب تغطية الخدمات التي هي، في الواقع، غير رقمية.

المقاربات المقترحة لها محدوديتها بسبب النقص حول تفاصيل المنتج في التصريح الضريبي. من أجل اشتقاق تقديرات أولى، يجب تكييف استمارة التصريح الضريبي بحيث تُحتلب معلومات إضافية حول ما إذا كان المنتج قد طُلب رقميًا أو سُلّم رقميًا، مع توصيف أوضح لنوع المنتج المصرّح به. كذلك يجب حَبْكَة (mapping) البيانات الإدارية المستخرجة من العائدات الضريبية مع فئات الخدمات بناءً على نوع المؤسسات التي تعبئ التصاريح، وبحسب تعريفات BPM6، لاشتقاق مُنابات لخصّة الخدمات المسلّمة رقميًا للتصدير. ثمة حبكة أولية متاحة في الملحق «ز».

الجدول ٦-١٠: أبعاد التجارة الرقمية الملتقط في مسح المؤسسات في جامايكا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	خدمات مسلّمة رقميًا.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	يمكن تقدير الخدمات المسلّمة رقميًا عبر استشفاف بنود الخدمات ضمن EBOPS ٢٠١٠ القابلة للتسليم رقميًا
المنتج (أي؟)	جزئي	الخدمات استنادًا إلى EBOPS ٢٠١٠.
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	ما من تقسيم بحسب نوع الزبون. رغم ذلك تغطي الصادرات جميع معاملات B2B و B2C و B2G، بينما تغطي الواردات B2B و B2G.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	كلي	كلا التدفقين (الصادرات/الواردات) مدرجان.
قناة متصلة بالإنترنت	لا تغطية	لا يجمع الاستبيان أي معلومات عن قناة التجارة الرقمية (موقع الويب أو التطبيق النقال أو منصة التوسط الرقمية).
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	كلي	لا يؤخذ في الحسبان سوى الخدمات عبر الحدود، إذ يغطي مسح المؤسسات معاملات الخدمات بين المقيمين وغير المقيمين.
أنواع الصناعات	كلي	كل أنواع الصناعات.

المصدر: إدارة الضرائب في جامايكا.

٣. تحسين قياس المتاجرة عبر منصّات التوسّط الرقمية:

في الوقت الحاليّ يتمتّع بنك جاماكا بإمكانية النفاذ إلى مصادر بيانات مبتكرة يمكن أن تتيح قياس التجارة الرقمية عبر منصّات التوسّط الرقمية. تُستكشف، على الأخصّ، البيانات الواردة من بوابتين للدفع توقّران حلول دفع عبر الإنترنت ومعالجةً دوليةً للبطاقات الائتمانية. ستركّز الأبحاث اللاحقة على كيفية استخراج معلومات ذات صلة وعلى إثراء إحصاءات ميزان المدفوعات الحالية لاشتقاق قياسٍ مُناب للتجارة الرقمية عبر منصّات التوسّط الرقمية.

٣-٢-٦ مسح المؤسسات الخاصّ بميزان المدفوعات

«مسح المؤسسات» ربع السنويّ هو مصدر البيانات الرئيسيّ لمراكمة صادرات الخدمات ووارداها بحسب بند الخدمة في ميزان مدفوعات جاماكا. يشمل حجم العينة الشركات المقيمة، أي ٤٠٠ من أكبر الشركات في جاماكا بناءً على حجم الأصول وإجماليّ الأرباح. يؤدّي الاستبيان مباشرةً إلى الشركات عبر البريد الإلكترونيّ أو عبر بوابة استبيان متّصلة بالإنترنت، ويوفّر معلومات عن مداخليل المؤسسات وإنفاقها.

لا يميّز الاستبيان، بيّنيًا، بين الخدمات المطلوبة رقميًا والخدمات المسلمة رقميًا، لكن من الممكن اشتقاق مُناب للخدمات المسلمة رقميًا عبر استشفاف بنود الخدمات ضمن EBOPS ٢٠١٠ القابلة للتسليم رقميًا (الجدول ٦-١٠). ضمن هذه المجموعة، ما يعني جاماكا بشكل خاصّ إنّما هي خدمات تعهيد العمليات الأعماليّة (BPO)، المدرّجة ضمن «خدمات الأعمال الأخرى». نظرًا إلى إمكانية تسليم هذه الخدمات رقميًا كما مادّيًا (النمط ٤)، يمكن لتدميج بيانات مسح ميزان المدفوعات بمعلومات سجلّ مؤسسات الأعمال الإحصائيّ الوطنيّ لجاماكا (وفيه طبيعة عمل الشركات) أن يوفّر تقديرات أوليّة حول الخدمات المسلمة رقميًا (النمط ١) لهذه الفئة بالتحديد.

٣-٣ التحديّات والمُضيّ قُدّمًا

تأسّيسًا على استكشاف مصادر البيانات المختلفة الموجزة أعلاه، تعتزم جاماكا النهوض بقياس التجارة الرقمية. لكنّ المؤسسات المعنية تواجه تحديّات على مستوى التطوير المنهجيّ ووضع ممارسات التجميع موضع التنفيذ. ترى جاماكا، في المستقبل الآتي، أربعة مجالات مفتاحيّة لتحسينات الإحصائية العتيدة:

١. إصلاح القانون الإحصائي: ثمة حاجة إلى تعديل

التشريعات الحالية الخاصة بالبيانات الإدارية من أجل تحسين قياس التجارة المطلوبة رقميًا (خصوصًا تجارة ما دون العتبة الدنيا).

٢. تحسين قياسات التجارة المسلمة رقميًا: تعتزم جاماكا

الشروع في إجراء قياسات للتجارة المسلمة رقميًا. في الوقت الحاليّ يتمّ استكشاف مصادر إحصائية مختلفة، مثل البيانات الإدارية الضريبية. يستهدف بنك جاماكا أيضًا قياس استخدام التقنيّات السحابية، وكذلك عرفة أفضل لمصدر الخدمات المستوردة كمكوّنات تجارة رقمية.

دراسة الحالة رقم ٤ :

٤-٢ مصادر البيانات المتصلة بالتجارة المطلوبة رقمياً

٤-٢-١ مسح استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الرقمية

يقيس المسح السنوي لاستخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الإلكترونية (ICT-E) استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية في الشركات لدى جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي. تماشيًا مع توصيات مديريّة الإحصاء في المفوضية الأوروبية، يلتقط المسح متغيرات ذات نطاق زمني مزدوج: فالتغيرات المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تشير إلى الربع الأول من العام الذي أُجري فيه المسح، فيما تشير المعلومات العامة عن الشركة والتجارة الإلكترونية والتدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى العام السابق. يعتمد حجم العينة على الشركات المستهدفة: بالنسبة إلى الشركات التي تضم ١٠ موظفين وما فوق، تتضمن العينة نحو ١٥٠٠٠ شركة، وبالنسبة إلى الشركات التي تضم أقل من ١٠ موظفين، تتضمن العينة نحو ١١٠٠٠ شركة. يجمع المسح عبر الإنترنت والبريد العادي (Instituto Nacional de Estadística، ٢٠٢٢).

يوفر مسح ICT-E معلومات عن التجارة المطلوبة رقمياً ضمن قسم التجارة الإلكترونية، وهي تغطي كلاً من السلع والخدمات. يتوافق تعريف التجارة المطلوبة رقمياً (التجارة الإلكترونية) المعتمد في الاستبيان مع التعريف الوارد في الفصل الأول من هذا الكتيب (أي بيع أو شراء دولي لسلعة أو خدمة

قياس التجارة الرقمية في إسبانيا: عملية جرد ٦

٤-١ مقدمة

أجرى المعهد الوطني الأسباني للإحصاء (INE) عملية جرد عام ٢٠٢٢ لعرفنة الإحصاءات الرسمية الحالية التي يمكن الاستفادة الفضلى منها لقياس التجارة الرقمية في إسبانيا. تعتمد المقاربة على المسوح الحالية للأسر والشركات، وكذلك المسوح على الحدود، لتقليل العبء على المكاتب الإحصائية لتصميم أدوات جديدة بشأن التجارة الرقمية وتجنب تكرار العمل هدرًا على التقديرات (راجع الجدول ٦-١١). كذلك تعتمد هذه المقاربة على جهود تجميع البيانات الحالية في إسبانيا لحيازة استشرافات تحليلية إضافية تتعلق بالتجارة الرقمية.

عند كتابة هذا التقرير، كانت هذه المقاربة ما تزال استكشافية، ولم توضع، بعد، موضع التطبيق على عمليات الإنتاج الإحصائي في المعهد الوطني للإحصاء. لكن من الممكن وضع هذه المقاربة موضع التطبيق لدى الأعضاء الآخرين في الاتحاد الأوروبي (EU)، واستغلال المصادر الإحصائية المتجانسة منهجيًا والقابلة للمقارنة عبر بلدان هذا الاتحاد.

يبيّن القسمان ٤-٢ و ٤-٣ من دراسة الحالة هذه كيف يمكن استخدام المصادر الحالية لاستجماع استشرافات حول التجارة المطلوبة رقمياً والمسلّمة رقمياً. يختتم القسم ٤-٤ بملخص لنقاط القوة والضعف في هذه المقاربة.

الجدول ٦-١١: لمحة عامة عن مصادر البيانات التي تمّ تقييمها في إسبانيا، ٢٠٢٢

الفئة	المصدر الوطني	نوع التجارة
مسوح الشركات	مسح استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الإلكترونية (ICT-E)	مطلوبة رقمياً
	إحصاءات المنتجات في قطاع التجارة (SPTS): وحدة المرفق الوظيفية	مطلوبة رقمياً
	مسح المتاجرة الدولية بالخدمات (ITSS)	مطلوبة رقمياً
المسوح الأسرية	مسح تجهز الأسر بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها (ICT-H)	مطلوبة رقمياً و(احتمالاً) مسلّمة رقمياً
	مسح ميزانيات الأسر (HBS)	مطلوبة رقمياً
	مسح أسفار المقيمين (RTS)	مطلوبة رقمياً
المسوح على الحدود	مسح الإنفاق السياحي (EGATUR)	مطلوبة رقمياً
	مسح حركة السياح على الحدود (FRONTUR)	مطلوبة رقمياً

المصدر: INE (٢٠٢٢).

معينة. مثلاً، لا يمكن تدميج معلومات حول صادرات التجارة الإلكترونية، والجهات الفاعلة في كل معاملة، ومنصات التوسط الرقمية، والجغرافيا، إذ لا تُجمَع معلومات لجميع هذه الأبعاد في الاستبيان (راجع الجدول ٦-١٣).

٤-٢-٢ إحصاءات المنتجات في قطاع التجارة: وحدة المفروق الوظيفية

إحصاءات المنتجات في قطاع التجارة (SPTS) عبارة عن مسح بنوي سنوي يجري في إسبانيا ويستهدف الشركات العاملة في تجارة الجملة والمفروق، بما في ذلك صيانة وإصلاح المركبات الآلية والدراجات النارية (القسم G من NACE Rev.2، المشار إليه باسم قطاع «التجارة»). المسح مدمج في الإحصاءات البنوية لمؤسسات الأعمال. تتضمن المتغيرات الواردة في المسح تقسيماً لرقم الأعمال بحسب المنتج، وبحسب نظام المبيعات (الذي يشمل التجارة الإلكترونية)، وبحسب قطاع نشاط الزبون، وبحسب متغيرات مخصوصة أخرى لكل قطاع فرعي. يشمل حجم العينة

يؤدّي عبر شبكات حاسوبية بطرق مصممة خصيصاً لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها). يسمح توافر التقسيم الجغرافي ضمن المسح (أي: محلي، داخل الاتحاد الأوروبي، بقية العالم) بتجميع معلومات عن واردات التجارة الإلكترونية وصادراتها، مع تصنيفات أكثر تفصيلاً للصادرات. يمكن أيضاً تحديد قناة المبيعات، مع تقسيم الواردات بحسب المتجر المتصل بالإنترنت، أو تطبيق الويب، أو التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI)، فيما الصادرات مفصلة إلى صادرات عبر الويب (موقع الويب، أو التطبيق، أو موقع التسوق) وعبر التبادل الإلكتروني للبيانات. يعرض الجدول ٦-١٢ البيانات المجتناة من مسح لعدة قطاعات صناعية. يعبر عن جميع بيانات التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات والواردات، على التوالي (Instituto Nacional de Estadística، بدون تاريخ).

تتمثل إحدى المحدوديات المفتاحية لهذا المسح في أنه لا يميز بين السلع والخدمات. كذلك تمنع هيكلية المسح من إجراء تحليل تقاطعي عبر الأبعاد (cross-panel) على متغيرات

الجدول ٦-١٢: تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً مستتلة من مسح ICT-E في إسبانيا

مسح استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الرقمية (٢٠١٩-٢٠٢٠)

مبيعات التجارة الإلكترونية (بآلاف اليورو)	% لمبيعات التجارة الإلكترونية من إجمالي المبيعات	% لمبيعات التجارة الإلكترونية ضمن إسبانيا من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية	% لمبيعات التجارة الإلكترونية مع باقي الاتحاد الأوروبي من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية	% لمبيعات التجارة الإلكترونية مع بقية العالم من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية
مجموع الشركات	١٨,٣٤	٨١,٢٧	١٣,٩٤	٤,٧٨
1. الصناعة كلها (NACE 10-39)	٢٤,٥٢	٨٠,٦٢	١٥,٠٢	٤,٣٦
1.1 NACE 10-18	٢١,١٧	٩٠,٦٢	٨,٦١	٠,٧٧
1.2 NACE 19-23	٣٣,٩٢	٨٩,٠٦	٧,٤٣	٣,٥١
1.3 NACE 24-25	٧,٩٨	٦٢,٨٥	٢٩,٥٩	٧,٥٦
1.4 NACE 26-33	٢٩,٢٧	٥٤,٩٥	٣٥,٠١	١٠,٠٤
1.5 NACE 35-39	١٩,٢	٩٨,٥١	١,٤٩	٠,٠١
2. البناء كله (NACE 41-43)	١,٤٢	٧٦,٣٦	٧,٧٧	١٥,٨٧
3. الخدمات كلها (NACE 45-82) ماعدا 56, 66, 75 و (NACE 64-66)	١٧,٣٧	٨٢,٠٢	١٢,٨٥	٥,١٤
3.1 NACE 45-47	١٧,٢٧	٩١,٥٨	٦,٥٩	١,٨٣
3.2 NACE 49-53	٢٢,٥٥	٦٨,٦٩	١٩,٩٢	١١,٣٩
3.3 NACE 55	٤٨,٣٥	٤١,٤٣	٤٤,٢	١٤,٣٧
3.4 NACE 58-63	١٢,٨٨	٨٩,١٢	٥,٧	٥,١٨
3.5 NACE 68	١١,٥٥	٧٢,٠٥	٢١,٨	٦,١٦
3.6 NACE 69-74	٥,٥٢	٧٤,٣٣	١٨,٩	٦,٧٦
3.7 NACE 77-82	١٩,١٧	٧٣,٤٥	١٨,٥٣	٨,٠٢
4. قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (261-264, 268, 465, 582, 61, 6201, 6202, 6203, 6209, 631, 951)	١٧,٤١	٨٦,٢١	٩,٥٥	٤,٢٤

ملاحظة: البيانات المعروضة متاحة مجاناً من <https://ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=37743#!tabs-tabla>. استبيان ICT-E متاح على https://ine.es/metodologia/t09/etic1_19.pdf. NACE هي تسمية للأنشطة الاقتصادية. المصدر: INE.

الجدول ٦-١٣: أبعاد التجارة الرقمية في مسح ICT-E في إسبانيا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات التجارة/مؤسسات الأعمال المعهودة. التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	المطلوب رقمياً مغطى.
المنتج (أي؟)	لا تغطية	لا تمييز بين السلع والخدمات في استبيان الـ ICT-E.
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	مؤسسات الأعمال. بالنسبة إلى المبيعات، يتوفر تقسيم بحسب نوع الزبون (من شركة إلى شركة (B2B)، من شركة إلى مستهلك (B2C)، من شركة إلى حكومة (B2G)).
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	كلا التدفقين (الصادرات/الواردات) في التجارة الإلكترونية مدرجان، ولكن ثمة أبعاد أكثر للتجارة الرقمية متوفرة للمبيعات مقارنة بتلك المتوفرة للمشتريات.
قناة متصلة بالإنترنت	كلي	ثمة تمييز بين التدفقات عبر الويب/التطبيق، والتدفقات عبر منصة التوسط الرقمية، والتدفقات عبر التبادل الإلكتروني للبيانات.
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	كلي	ثمة تقسيم جغرافي للتجارة الإلكترونية إلى معاملات محلية (إسبانيا) ومعاملات عابرة للحدود (باقي بلدان الاتحاد الأوروبي وبقية العالم)، وهذا ما يتيح تمييزاً بين التجارة الإلكترونية المحلية وواردات التجارة الإلكترونية، ولكن ليس بحسب البلد.
أنواع الصناعات	جزئي	يغطي ICT-E الأقسام الآتية من NACE Rev.2: C، D، E، F، G، H، I، J، L، M (69-74)، N (95.1). الشركات المالية مقصاة.

المصدر: INE (٢٠٢٢).

مسح تجهز الأسر بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها (ICT-H) هو مسح أسري سنوي يقيس نماء مجتمع المعلومات وتطوره. تشمل أبعاده قياس معدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأسر واستخدام الإنترنت بين السكان الإسبان. يجري المسح على أساس سنوي منذ عام ٢٠٠٢. مديرية الإحصاء في المفوضية الأوروبية (Eurostat) هي من يمول ICT-H، وقد أثبتت، منذ عام ٢٠٠٦، توصياتها المنهجية التي تتيح إجراء مقارنات بين إسبانيا ودول الاتحاد الأوروبي الأخرى. يشمل حجم العينة ٢٥٠٠ نقطة تعداد، أي ما يعادل نحو ٢٥٠٠٠ بيت (Instituto Nacional De Estadística، ٢٠١٠).

يوفر ICT-H معلومات عن سلوك الأسر إزاء التجارة المطلوبة رقمياً (التجارة الإلكترونية) على النحو المحدد في هذا الكتيب (راجع الجدول ٦-١٦). توفر الوحدة الوظيفية السابعة من المسح، المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، معلومات عن مشتريات التجارة الإلكترونية (الواردات) حصراً، وتغطي معاملات الأسر والأشخاص الطبيعيين المقيمين في إسبانيا. التمييز بين السلع والخدمات مدرج فيها، مع تقسيم بحسب المنتج يتوافق مع «تصنيف الاتحاد الأوروبي للمنتجات بحسب النشاط» (CPA) (راجع الملحق «ح»). على الرغم من أن هذا المسح يُستخدم بشكل أساسي لإنتاج تقديرات حول التجارة المطلوبة رقمياً،

نحو ٦٠٥٠٠ شركة، وتجمع البيانات عبر استبيان من خلال الإنترنت (Instituto Nacional de Estadística، ٢٠٢١).

تتضمن وحدة المفرق الوظيفية في مسح SPTS تقسيماً لصادرات السلع، وهذا ما يوفر معلومات عن إجمالي التجارة الإلكترونية للشركات المصنفة في NACE G47 (الجدول ٦-١٤). على الرغم من أن المسح لا يغطي البعد العابر للحدود، يُقسّم إجمالي رقم الأعمال من جزاء التجارة الإلكترونية بحسب فئة المنتج الواسعة، ونوع الزبون أو الجهة الفاعلة، لذا يميز بين B2B وبين B2C. يقدم الجدول ٦-١٥ مثالاً للبيانات الخاصة بصادرات التجارة الإلكترونية وفقاً لأقسام NACE G47 في تجارة المفرق. تجدر الإشارة إلى أنه من غير الممكن استخراج معلومات مجمعة تقاطعياً حول مبيعات التجارة الإلكترونية بحسب الجهة الفاعلة، أو قناة البيع، أو التوزيع الجغرافي، أو المنتج. كما أنه يجب إجراء مقارنة تفحصية بين مبيعات التجارة الإلكترونية المقدرة عبر وحدة المفرق الوظيفية في STPS لقسم G47 في NACE وبين مبيعات التجارة الإلكترونية التي استجلبها مسح ICT-E لـ G47، وذلك تجنباً للعدّ المزدوج.

٤-٢-٣ مسح تجهز الأسر بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها

هو إنتاج القياسات المستخدمة في «مؤشر أسعار المستهلك». تشمل المتغيرات إجمالي الإنفاق ومعدل الإنفاق لكل أسرة، ولكل شخص، ولكل وحدة استهلاك، وفقاً لمستويات مختلفة من التفصيل ومتغيرات اجتماعية وديموغرافية متنوعة. يُجرى المسح كل خمس سنوات وفقاً لتوصيات Eurostat المنهجية. يبلغ حجم العينة نحو ٢٤٠٠٠ أسرة في السنة (Instituto Nacional de Estadística، بدون تاريخ).

يوفر HBS معلومات حول مشتريات التجارة الإلكترونية للعديد من المنتجات الاستهلاكية وفقاً لـ ECOICOP (التصنيف الأوروبي للاستهلاك الفردي بحسب الغرض) (راجع الجدول ٦-١٧). يمكن التمييز بين السلع والخدمات، وهذا يعني إمكانية مَحْوَلَة أصناف ECOICOP إلى تصنيفات معيارية أخرى للمنتجات (مثلاً، تصنيف براءات الاختراع التعاوني (CPC)، CPA، التصنيف الموسع لخدمات ميزان المدفوعات EBOPS ٢٠١٠). أما بالنسبة إلى مسح ICT-H، فمن الممكن عرفة الخدمات القابلة للتسليم رقمياً. لكن الافتقار إلى تقسيم جغرافي يحول دون إمكانية التمييز بين تجارة إلكترونية عبر الحدود وتجارة إلكترونية محلية. كذلك لا تتيح المعلومات إمكانية التقسيم بحسب قناة التجارة الإلكترونية أو بحسب الجهات الفاعلة.

يبقى من الممكن، في حالة الخدمات، عرفة تلك التي يمكن، احتمالياً، تسليمها رقمياً. كما أنّ ثمة تقسيم جغرافي يتيح التمييز بين التجارة الإلكترونية عبر الحدود (الواردات) والتجارة الإلكترونية المحلية (المشتريات المحلية)، فضلاً عن إمكانية التقسيم بحسب الجهات الفاعلة في التجارة الإلكترونية (مثلاً، من شركة إلى مستهلك (B2C) ومن مستهلك إلى مستهلك (C2C)).

أحد المحدوديات المفتاحية في هذا المسح هو أنّ جميع بيانات التجارة الإلكترونية، تقريباً، وصفية. يمكن تكمية بعض المتغيرات الوصفية، مثل الأفق الزمني للمشتريات عبر التجارة الإلكترونية، وعدد عمليات الشراء ضمن الإطار الزمني، وحيز القيمة للسلع والخدمات المشتراة أو المطلوبة عبر الإنترنت ضمن الإطار الزمني، عن طريق استخدام المعلومات من سؤال حول القيمة الإجمالية للتجارة الإلكترونية في الأشهر الثلاثة الماضية (راجع الملحق «ح»). كما أنّ البيانات لا تحتوي على تفاصيل بحسب قناة التجارة الإلكترونية (موقع الويب أو التطبيق النقال أو منصة التوسط الرقمية).

٤-٢-٤ مسح ميزانيات الأسر

يوفر مسح ميزانيات الأسر (HBS) معلومات عن طبيعة مصاريف الاستهلاك ووجهتها، بالإضافة إلى مجموعة ميزات متصلة بظروف المعيشة الأسرية. الهدف الرئيسي من المسح

الجدول ٦-١٤: أبعاد التجارة الرقمية في نمط المفروق لـ SPTS في إسبانيا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات التجارة/مؤسسات الأعمال المعهودة. التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	السلع المطلوبة رقمياً مغطاة.
المنتج (أي؟)	جزئي	لا يلتقط سوى البضائع لأنّ SPTS يدور حول تجار المفروق (G47).
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	المبيعات التي تقوم بها الشركات مدرجة لأنّ SPTS جزء من المسح البيئي لمؤسسات الأعمال. بالنسبة إلى المبيعات، يمكن تقدير التقسيم بحسب نوع الزبون (B2C و B2B) استناداً إلى نوع المعلومات المجمعة عن الزبون في الاستبيان.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	التمييز مُدرج بين التجارة الإلكترونية وقنوات أخرى من خارج الإنترنت. ما من تمييز بين قنوات الويب/التطبيق والتبادل الإلكتروني (EDI) للبيانات ومنصة التوسط الرقمية (DIP).
قناة متصلة بالإنترنت	جزئي	لا تتوفر سوى مبيعات التجارة الإلكترونية.
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	لا تغطية	لا يمكن رصد التقسيم الجغرافي بشكل مباشر في SPTS، لكن يمكن تقديره عن طريق أخذ التوزيع الجغرافي لمسح الأعمال البيئي لقطاع التجارة (مثلاً، إسبانيا، باقي بلدان الاتحاد الأوروبي، بقية العالم)
أنواع الصناعات	جزئي	وحدة المفروق الوظيفية في SPTS لا تغطي سوى G471-G479 من NACE Rev2

المصدر: INE (٢٠٢٢).

٤-٢-٥ مسح أسفار المقيمين

هدف مسح أسفار المقيمين (RTS) الرئيسي هو تقديم تقديرات شهرية وربع سنوية وسنوية لعدد الرحلات التي قام بها المقيمون الإسبان والخصائص الرئيسية لتلك الرحلات (الوجهة، المدة، الغرض، المبيت، وسائل النقل، النفقات، خصائص المسافرين الاجتماعية والديموغرافية، وغيرها). يلعب RTS، جنباً إلى جنب مع معلومات البطاقة الائتمانية للمقيمين المسافرين إلى الخارج، دوراً مهماً في تقدير قيمة «داخل السفر» (الواردات) في ميزان المدفوعات الإسباني.

يجمع RTS أبعاداً للتجارة الرقمية مرتبطة بقناة الحجز التي يستخدمها المسافر لحجز وسائل النقل، والمبيت الرئيسي، ورموزومات الرحلات (إن وجدت)، والسلع والخدمات الأخرى المتعلقة بالسفر المطلوبة رقمياً. يمكن لـ RTS، بصفته مسجلاً أسرياً، التمييز بين خدمات سياحية محلية للمقيمين وأخرى عابرة للحدود، ولكن بما أنه يغطي الواردات فقط، لا يوفر سوى مدى تغطية جزئي للتجارة المطلوبة رقمياً (راجع الجدول ٦-١٨).

٤-٢-٦ مسح الإنفاق السياحي ومسح حركة السياح على الحدود

تمّ تدميج مسحّي حركة السياح على الحدود (FRONTUR) والإنفاق السياحي (EGATUR) لتوفير إحصاءات عن حركة السياحة على الحدود الإسبانية وعن الإنفاق السياحي. الهدف من هذا المسح المشترك هو قياس عدد الزوّار غير المقيمين الذين يصلون إلى إسبانيا كلّ شهر، مع التمييز بين طرق الوصول المختلفة والرحلات المختلفة المستقلة، وكذلك النفقات. يدون المسح غير المقيمين في إسبانيا الذين يدخلون البلاد أو يغادرونها، سواء أأمضوا ليلة فيها أم لا، وكذلك غير المقيمين في إسبانيا الذين يعمرون عبر البلد بالترانزيت. يلعب EGATUR دوراً مهماً في تقدير «خارج السفر» ضمن ميزان المدفوعات الإسباني. يتشارك FRONTUR و EGATUR الاستبيان نفسه (Instituto Nacional de Estadística، ٢٠٢٢).

يقدم المسحان استشرافات للتجارة المطلوبة رقمياً في ما يختصّ بالقناة التي يتمّ حجز المبيت والسفر من خلالها، ويغطيان

الجدول ٦-١٥: معلومات التجارة الإلكترونية حول تجارة المفروق - مسح STPS

تجارة المفروق باستثناء المركبات الآلية والدراجات النارية (القسم ٤٧ من NACE)										
المجموع	تجارة المفروق في الأغذية والمشروبات والتبغ في المتاجر المخصصة لها (NACE 471)	تجارة المفروق في المتاجر المخصصة لها (NACE 472)	تجارة المفروق لوقود السيارات في المتاجر المخصصة له (NACE 473)	تجارة المفروق لمعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المتاجر المخصصة لها (NACE 475)	تجارة المفروق للسلع المنزلية الأخرى في المتاجر المخصصة لها (NACE 475)	تجارة المفروق للسلع الثقافية والترفيهية في المتاجر المخصصة لها (NACE 476)	تجارة المفروق للسلع الأخرى في المتاجر المخصصة لها (NACE 477)	تجارة المفروق أكشاك البيع وأسواق الأرضة (NACE 478)	تجارة المفروق غيرها من (NACE 479)	
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	
تقليدي	٦٣,٥	٣٩,١	٩٠	٦٦,٢	٩٠,٤	٨٢	٩٠,٣	٨٩,٨	٢٣,٩	٧,٢
اختدام النفس	٢٩,٥	٥٩,٧	٥,١	٢٧,١	٠,٢	١٣,٧	٣,٤	٥,٦	٤,٣	١,٤
التجارة الإلكترونية	٣,٥	٠,٨	٠,٤	٠	٦,٤	٢,٢	٤,٨	٣,١	١,٢	٥٦
المبيعات عبر البريد، وعبر الكاتالوغ، وعن بعد	٠,٣	٠,١	٠,٢	٠	٠,٣	٠,٢	٠,٥	٠,٢	٠,٢	٥,٨
التوريد إلى المنزل	١,٥	٠,٢	١,٤	٤,٥	١,٣	١,٦	٠,٧	٠,٥	٤,٤	١٥,٧
ماكينات البيع	٠,٨	٠	٢,٦	١,٩	٠	٠	٠,١	٠	٠,٣	٩,٧
الباعة المتجولون	٠,٥	٠	٠,٢	٠	٠	٠,١	٠	٠,١	٦٥	١,٣
أنواع أخرى من البيع بالمفروق	٠,٤	٠	٠,٣	٠,٢	١,٤	٠,٢	٠,٨	٠,٨	٠,٦	٢,٨

ملاحظة: البيانات المعروضة بالأرقام الإجمالية متاحة مجاناً على <https://ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=48756>.

الاستبيان متاح على https://ine.es/metodologia/t09/cues_epsc_cmenor.pdf.

المصدر: INE.

الجدول ٦-١٦: أبعاد التجارة الرقمية في مسح ICT-H في إسبانيا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات الأسر المعهودة (في ICT-H معظم المتغيرات وصفية، ولكن هناك متغيرة كمية واحدة، لا غير، حول حيزات القيمة لمشتريات التجارة الإلكترونية (السؤال ١٣)). التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	السلع والخدمات المطلوبة رقمياً مغطاة. الخدمات المسلمة رقمياً مغطاة بشكل غير مباشر عبر أنواع الخدمات المشتراة، لأن بعضها يمكن معرفته كخدمات قابلة للتسليم رقمياً.
المنتج (أي؟)	كلي	السلع والخدمات. يمكن تصنيف معظمها بسهولة وفقاً لتصنيف معياري للمنتجات (مثلاً تصنيف EBOPS للخدمات)
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	التجارة الإلكترونية المؤداة على يد الأسر/الأشخاص الطبيعيين مدرجة في ICT-H. ثمة تقسيم بحسب نوع المورد (B2C و C2C، أو "اقتصاد تشاطري") لبعض الخدمات.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	المشتريات فقط.
قناة متصلة بالإنترنت الجغرافيا	جزئي	ما من تمييز بيني بين الويب/التطبيق أو التبادل الإلكتروني للبيانات (DIP)، لكن معاملات C2C متداولة بوضوح عبر DIP.
(محلية/عابرة للحدود)	كلي	ثمة تقسيم جغرافي للتجارة الإلكترونية إلى معاملات محلية (إسبانيا) وعابرة للحدود (باقي بلدان الاتحاد الأوروبي وبقية العالم)، وهذا ما يتيح التمييز بين التجارة الإلكترونية المحلية وواردات التجارة الإلكترونية، ولكن ليس بحسب البلد.
أنواع الصناعات	لا تغطية	غير منطبق، لأن ICT-H مسح أسري.

المصدر: INE. الاستبيان متاح على https://ine.es/metodologia/t25/t25p450_tich_cues_20.pdf

الجدول ٦-١٧: أبعاد التجارة الرقمية في HBS في إسبانيا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات الأسر المعهودة. التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	السلع والخدمات المطلوبة رقمياً مغطاة لأن HBS يسأل عن أصناف ECOICOP المقتناة عن طريق التجارة الإلكترونية. الخدمات المسلمة رقمياً مغطاة بحسب نوع الخدمات المشتراة، إذ إن بعضها خدمات قابلة للتسليم رقمياً.
المنتج (أي؟)	كلي	السلع والخدمات. يمكن تبويب شيفرات ECOICOP بسهولة وفقاً لتصنيفات معيارية أخرى للمنتجات (CPA أو EBOPS ٢٠١٠ للخدمات).
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	التجارة الإلكترونية المؤداة على يد الأسر/الأشخاص الطبيعيين مدرجة في HBS لأنه مسح أسري. التقسيم بحسب نوع المورد (B2C و C2C، أو "اقتصاد تشاطري") غير متاح.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	المشتريات فقط متاحة.
قناة متصلة بالإنترنت الجغرافيا	جزئي	ما من تمييز بيني بين الويب/التطبيق وبين التبادل الإلكتروني للبيانات.
(محلية/عابرة للحدود)	لا تغطية	الأصل الجغرافي لمشتريات التجارة الإلكترونية غير متاح.
أنواع الصناعات	لا تغطية	غير منطبق، لأن HBS مسح أسري.

المصدر: INE. الاستبيان متاح على https://ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176806&menu=metodologia&idp=1254735976608

فقط نفقات غير المقيمين في إسبانيا. صحيح أنّ تسليم الخدمات يتم على يد أشخاص في بلد الوجهة (يؤقرونها في الغالب عبر النمط ٢)، لكن يمكن اعتبار تدفقات الإنفاق تجارة مطلوبة رقمياً. تجدر الإشارة، بما أنّ FRONTUR/EGATUR يركزان حصرياً على السياحة الوافدة، إلى أنّ عددًا محدودًا من المنتجات السياحية (معظمها خدمات) يؤخذ في حسابهما (راجع الجدول ٦-١٩).

٤-٣ مصادر البيانات المتصلة بالتجارة المسلمة رقمياً

مسح المتاجرة الدولية بالخدمات هو مسح ربع سنوي يختص بمؤسسات الأعمال ويلتقط صادرات وواردات الخدمات بحسب صنف الخدمة، والبلد الشريك، وأنماط التوريد، والنشاط الاقتصادي الرئيسي، وعدد الموظفين. تشمل العينة ٩٥٠٠ مؤسسة مقيمة. الاستبيان موجّه مباشرة إلى الشركات عبر البريد أو الفاكس أو البريد الإلكتروني، أو من خلال تطبيق برنامج IRIA (Instituto Nacional de Estadística، ٢٠١٥).

يجمع الاستبيان معلومات عن خدمات، قابلة للتسليم رقمياً (راجع الفصل ٤)، تورّد بحسب النمط ١ (راجع الجدول

٦-٢٠). بالنسبة إلى جميع الخدمات القابلة للتسليم رقمياً، يمثل التوريد بحسب النمط ١ مُناباً معقولاً للتسليم الرقمي. كذلك، ومن خلال استخدام متغيّرة النشاط الاقتصادي وتصنيفات مخصوصة للصناعة (NACE Rev.2 والتصنيف الصناعي الدولي الموحد ISIC Rev.4)، يمكن لتحليل مرهف أن يعرف التجار النشطين في قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفي صناعات عالية التكنولوجيا ومتوسطة التكنولوجيا تُنتج خدمات مكثّفة المعرفة وفقاً لـ NACE Rev.2. يُقدّم الجدول ٦-٢١ مثلاً على حصص لصادرات خدمات وواردات خدمات، ضمن المسح، متاحة بحسب النمط ١. غير أنّ الاستبيان لا يلتقط الطلب الرقمي.

٤-٤ الاستنتاجات

أظهرت عمليّة الجرد هذه، بشكل عام، أنّ النظام الإحصائي الإسباني يؤقّر باقية من مصادر البيانات يمكن استخدامها لتوليد تقديرات معتبرة للتجارة الرقمية. يمكن استخدام عدّة مصادر بيانات مختلفة لمعرفة التجارة المطلوبة رقمياً، بينما يمكن اشتقاق تقديرات حول التجارة المسلمة رقمياً، إلى حدّ كبير، من المسح الحالي للمتاجرة الدولية بالخدمات.

الجدول ٦-١٨: أبعاد التجارة الرقمية لـ RTS في إسبانيا

أبعاد التجارة الرقمية	مدى التغطية	ملاحظات
النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات الأسر المعهودة (في RTS، المتغيّرة الكمية الأكثر أهمية هي الإنفاق السياحي مقيّساً بحسب مكونات معينة مثل معدّل الإنفاق في الرحلة الواحدة، معدّل إنفاق الشخص، إلخ). التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	السلع والخدمات المطلوبة رقمياً والمتعلّقة ببندو إنفاق محدّدة (المبيت والنقل ومرزومات الرحلات) حُجزت عبر الإنترنت (مواقع الويب أو التطبيقات).
المنتج (أي؟)	جزئي	السلع والخدمات المتعلقة بالسياحة مدرّجة. من الممكن تصنيفها وفقاً لعرض السفر بحسب المنتج في EBOPS ٢٠١٠.
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	الأسر/الأشخاص الطبيعيون من فئة المقيمين مدرجون، لأنّ RTS هو مسح أسري. قد يمكن تقدير تقسيم بحسب نوع المورد (B2C و C2C، أو "اقتصاد تشاطري") لخدمات المبيت فقط.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	مشتريات المقيمين متضمّنة، انطلاقاً من الفرضية القائلة بأنّ الحجوزات عبر الإنترنت تصبح مشتريات حقيقية.
قناة متّصلة بالإنترنت	جزئي	ما من تمييز بينّي بين الويب/التطبيق وبين التبادل الإلكتروني للبيانات إلّا في حالة خدمات المبيت.
الجغرافيا (محليّة/عابرة للحدود)	كلي	يغطّي خدمات السياحة المحليّة للمقيمين وتلك العابرة للحدود. لا يُجمع، بشكل بينّي، الأصل الجغرافي للويب/التطبيق أو لدّ DIP المستخدم للحجز في RTS. لا يُعرّف سوى بلد المقصد النهائي (إسبانيا/بلد أجنبي) للمسافر المقيم.
أنواع الصناعات	لا تغطية	غير منطبق، لأنّ RTS مسح أسري.

المصدر: INE. الاستبيان متاح على https://ine.es/en/daco/daco42/etr/etr_cuestionario_en.pdf.

الجدول ٦-١٩: أبعاد التجارة الرقمية في EGATUR/FRONTUR في إسبانيا

النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات الأسر المعهودة (في FRONTUR/EGATUR، المتغيرة الكمية الأكثر أهمية هي الإنفاق السياحي مقسماً بحسب مكونات معينة). التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	السلع والخدمات المطلوبة رقمياً مغطاة لأن FRONTUR/EGATUR تسأل عن بنود النفقات (المبيت، النقل، الأنشطة) التي تم حجزها عبر الإنترنت.
المنتج (أي؟)	جزئي	على الرغم من تجميع سلع وخدمات متصلة بالسياحة، يقتصر السؤال عن تلك المحجوزة عبر الإنترنت على الخدمات لا غير. من الممكن تصنيف هذه الأخيرة وفقاً لعرض السفر بحسب المنتج في EBOPS ٢٠١٠.
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	الأشخاص الطبيعيون غير المقيمين، لأن FRONTUR/EGATUR مسح للسياحة على الحدود موجه إلى الزوار المغادرين لإسبانيا. التقسيم بحسب نوع مورد الخدمة (B2C، C2C) غير متاح.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	جزئي	شراء غير المقيمين لسلع سياحية في بلد الوجهة وخدمات سياحية في بلد المنشأ وبلد الوجهة (إسبانيا)، بما يتوافق مع "خارج السفر" في ميزان المدفوعات. يتناول بنود المصروفات الملتزمة، والمحجوزة (المطلوبة)، والمدفوع ثمنها عبر الإنترنت.
قناة متصلة بالإنترنت	جزئي	الإنترنت فقط (ما من تمييز بين الويب/التطبيق و DIP).
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	جزئي	يهدف FRONTUR / EGATUR إلى تقدير السياحة الوافدة، لذا لا يأخذ في الحسبان سوى السياحة عبر الحدود.
أنواع الصناعات	لا تغطية	غير منطبق، لأن FRONTUR/EGATUR مسح على الحدود.

المصدر: INE. الاستبيان متاح على https://ine.es/en/daco/daco42/frontur/frontur_egatur_cuestionario_en.pdf.

الجدول ٦-٢٠: بعد التجارة الرقمية في مسح المتاجرة الدولية بالخدمات في إسبانيا

النطاق (أين؟)	جزئي	التجارة الرقمية المدرجة في إحصاءات التجارة/مؤسسات الأعمال المعهودة. التدفقات الرقمية غير النقدية مقصاة.
الطبيعة (كيف؟)	جزئي	يمكن تقدير سقف أقصى للخدمات المسلمة رقمياً عبر استشفاف بنود خدمات EBOPS ٢٠١٠ المزدودة بحسب النمط ١ والقبالة للتسليم رقمياً. لا معلومات عن خدمات مطلوبة رقمياً وأيضاً مسلمة رقمياً.
المنتج (أي؟)	جزئي	الخدمات وفقاً ل EBOPS ٢٠١٠.
الجهات الفاعلة (من؟)	جزئي	مؤسسات الأعمال هي المشمولة بشكل أساسي في هذا المسح، على الرغم من تضمينه، كذلك، أشخاصاً اعتباريين آخرين، كممثل NPISH (أي المؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر) أو هيئات رسمية، سواء أكانوا يتاجرون بخدمات عبر الحدود أم لا. ما من تقسيم متاح بحسب نوع الزبون، لكن الصادرات تغطي جميع معاملات B2B و B2C و B2G. أما الواردات فلا تغطي سوى معاملات B2B و B2G. لا تغطي واردات B2C (حيث يكون المستهلكون مستوردين) أو C2C (اقتصاد تشاطري)، لأن الأسر والأشخاص الطبيعيين خارج نطاق المسح.
التدفق (مبيعات/مشتريات)	كلي	كلا التدفقين (الصادرات/الواردات) متاح.
قناة متصلة بالإنترنت	لا تغطية	ما من تمييز مخصص، لكن يمكن أن تشمل الخدمات المتعلقة بالتجارة في بنود EBOPS ٢٠١٠ خدمات توسط تنقاضها (بصيغة عمولات/رسوم) منصات التوسط الرقمية.
الجغرافيا (محلية/عابرة للحدود)	جزئي	تؤخذ الخدمات العابرة للحدود حصراً في الحسبان، إذ يغطي المسح معاملات خدمات بين مقيمين وغير مقيمين.
أنواع الصناعات	كلي	يغطي جميع أنواع الصناعات.

المصدر: INE. الاستبيان متاح على https://ine.es/en/metodologia/t37/t373019801_cues_en.pdf.

الجدول ٦-٢١: حصّة الصادرات/الواردات من الخدمات بحسب النمط ١ وبحسب البنود الرئيسية EBOPS ٢٠١٠ في إسبانيا

مسح المتاجرة الدوليّة بالخدمات ٢٠١٩-٢٠١٤ (بالنسب المئوية)

الواردات	الصادرات	
٩٤,٥	٨٥,٣	المجموع
١٤,٤	٥,١	١ خدمات التصنيع على مدخلات ماديّة يملكها الغير
٦,٣	١,٨	٢ الصيانة والتصليحات
٩٦,٦	٨٦,٠	٣ النقل
٣٦,٨	٣٥,٠	٤ البناء
٩٥,٥	٩٥,٧	٥ خدمات التأمين
٩٩,٨	٩٩,٥	٦ الخدمات الماليّة
٩٨,٥	٩٩,٦	٧ رسوم استخدام الملكية الفكرية
٩٦,٩	٩٨,١	٨ خدمات الاتّصالات والحاسوب والمعلومات
٩٧,٩	٩١,٢	٩ خدمات أعمالية أخرى
٩٩,٢	٩٩,٤	٩.١ الأبحاث والتطوير
٩٨,٤	٩٤,٠	٩.٢ الاستشارات المهنية والتدريّة
٩٧,٥	٨٨,٩	٩.٣ الخدمات المهنية، الخدمات المتّصلة بالتجارة، وغيرها من الخدمات التجاريّة
٧٤,٩	٩٢,٣	١٠ الخدمات الشخصية والثقافيّة والترفيهيّة
٢٨,٩	٩٠,٨	١١ السلع والخدمات الحكوميّة غير المذكورة في مكان آخر

ملاحظة: عرفن المشاركون في هذا المسح توريذاً بحسب النمط ١ لعدد من فئات الخدمة التي لا تُعتبر ذات صلة بالنمط ١ في MSITS ٢٠١٠ (مثلاً، البناء).
المصدر: INE.

للأطراف الفاعلين من شركات، وأسر، وهيئات NPISH، لكن ما زال الوصول إلى بيانات خاصّة بمعاملات الحكومة في التجارة الرقمية متعلّلاً، باستثناء المعاملات التي يغطيها بند «السلع والخدمات الحكوميّة غير المذكورة في مكان آخر» في EBOPS ٢٠١٠.

إحدى المزايا الواضحة لهذه المقاربة أنّها تقلّل العبء على المعاهد الإحصائية الوطنيّة لجهة تصميم أدوات جديدة والشروع في تجميع بيانات إضافية. لكنّ هذا المسح صُمم، في الأصل، لأغراض أخرى غير قياس التجارة الرقمية. لذا تبرز بعض الحدوديات بشكل طبيعيّ، وسنناقشها أدناه.

تختلف معظم المسوح التي تناولناها بالتحليل في مدى تغطيتها للتجارة الرقمية. ففيما المسوح الخاصة بمؤسّسات الأعمال تلتقط السلع في الغالب، تبدو المسوح الأسرية والمسوح

على صعيد التجارة المطلوبة رقمياً، يمكن أن تساعد معظم المصادر على قياس إجماليّ التجارة الإلكترونيّة (المحيّة والعابرة الحدود). في بعض الحالات يكون البعد العابر للحدود متاحاً بسهولة، بينما يحتاج، في حالات أخرى، إلى أن يُقدّر. يمكن لمصادر عدّة أن توفّر معلومات مقسّمة بحسب المنتج (سلع/خدمات) والتدفّق (صادرات/واردات)، لكنّ مسح ICT-E يوفّر فقط منتجات تكديسيّة، وجميع المسوح الأسرية، وكذلك المسح على الحدود، تسجّل جانب الاستيراد فقط.

تتيح بعض المصادر الإحصائية استشرافاً للتجارة الممكنة عبر منصّات التوسّط الرقمية، ولكن حصراً لتدفّقات معيّنة. على سبيل المثال، لا يتيح مسح ICT-E إلا تفصيل المتاجرة الرقمية بالصادرات الممكنة عبر المنصّات.

صحيح أنّ خليطاً من المسوح سيّتيح مدى تغطية جيّداً

على الحدود في وضع أفضل لالتقاط الخدمات. في بعض الحالات، مثلاً في مسح استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الرقمية، لا تزال هناك صعوبة في التمييز الصريح بين السلع والخدمات. وبالنسبة إلى المصادر التي تغطي الخدمات، لا يزال من الصعب التقاط بُعدي التسليم والطلب معاً.

هناك عدم توازن عبر المسوح في احتمالات التفصيل، وهذا ما يحدّ من مستوى التفصيلية الممكن تحقيقها عبر جميع المصادر التي سبق تحليلها. لا تتضمن بعض المسوح تقسيماً جغرافياً إلى تجارة محلية وتجارة عبر الحدود، وهذا ما يصعب ربطها مباشرة بنموذج الإبلاغ. يعدّ تطوير استبيانات المسوح أمراً مفيداً لإدراج هذه التقسيمات أو لاشتقاق طرق تقدير للتقسيمات بعد تجميع البيانات.

فضلاً عن ذلك، لا توفر المسوح المقدّمة ههنا معلومات كافية عن المعاملات التي تيسرها منصّات التوسّط الرقمية. صحيح أنّ بعض المسوح الأسرية، وأخرى خاصّة بمؤسّسات الأعمال، أصبحت تدرج منصّات التوسّط الرقمية ضمن قنوات تأدية الطلبات، لكنّ هذه المعلومات تبقى غير مسهبة، والأهمّ أنّ من غير الممكن بعد، في هذه المرحلة، اشتقاق تقديرات لخدمات التوسّط التي تقدّمها المنصّات. ستكون هناك حاجة إلى أسئلة إضافية وهادفة لتكمية هذا الجانب المهمّ من التجارة الرقمية.

أمّا النقطة الأخيرة فتتصل بالحاجة إلى استيثاق المصادر والمطابقة في ما بينها لضمان المتانة وتجنّب الازدواجية في التقديرات.

على سبيل المثال، يجب تحليل صادرات وواردات التجارة الإلكترونية إلى الأشخاص الطبيعيين (B2C) المستمدة من المسوح الأسرية ومسوح الحدود، ومقارنتها بالتقديرات المستندة إلى مصادر بيانات أخرى. كذلك يجب تفحص مشتريات (واردات) التجارة الإلكترونية الخاصّة بالشركات إزاء المبيعات (الصادرات) لتحقيق الاتّساق بين العرض والطلب. ينبغي اتّخاذ قرار بشأن مصدر البيانات الأنسب لتقديم تقديرات موثوقة حول التجارة الرقمية.

دراسة الحالة رقم ٥:

قياس تجارة البضائع المطلوبة رقمياً في تركيا^٧

١-٥ مقدمة

في تركيا يتولّى معهد الإحصاء التركي (TurkStat)، بالتعاون مع وزارة التجارة، إنتاج إحصاءات رسمية للتجارة الدولية بالسلع على أساس عابر للحدود، وهذا ما يشار إليه أيضاً باسم إحصاءات المتاجرة بالبضائع. هذه المتاجرة تغطّي نظام التجارة العامّ كما الخاصّ، وتتولّى وزارة التجارة تجميعها عبر استخدام السجلات الإدارية. لكن، في الوقت الحالي، لا تحدّد الإحصاءات الرسمية حول المتاجرة بالسلع حصّة التجارة المطلوبة رقمياً.

استجابةً للمطالبة بإحصاءات تجارة رقمية حسنة التوقيت، أجرى معهد الإحصاء التركي، بالتعاون مع وزارة التجارة، دراسة تجريبية لإنتاج تقديرات التجارة المطلوبة رقمياً - على النحو المحدّد في هذا الكتيب (راجع الفصل ١) - مع التركيز على تجارة البضائع. وقد أُرسي التعاون بين معهد الإحصاء التركي ووزارة التجارة لتسهيل عمليّات تجميع البيانات حول التجارة المطلوبة رقمياً وتحليلها وترويجها. تُستخدم المنهجية المطبّقة السجلات الإدارية - وتحديدًا البيانات الجمركية، والتصاريح الجمركية الإلكترونية، والبيانات البريدية -، فتطبّق فحوصات الجودة والمتانة على مستويي البلد والمنتج لاستخلاص تقديرات موثوقة. عند كتابة هذا التقرير، كانت المنهجية لا تزال قيد الترويج، ومن المخطّط له إصدار تقديرات رسمية على مستوى البلد والقطاع والمنتج مع حلول نهاية العام ٢٠٢٣.

تقدّم دراسة الحالة هذه لمحة عامة عن الخطوات المفتاحية المتخذة من أجل قياس التجارة المطلوبة رقمياً. يطرح القسم ٢-٥ مصادر البيانات المستخدمة في عملية تجميع البيانات ومراكمتها. يعرض القسم ٣-٥ بواكير النتائج الأولية، ويناقش القسم ٤-٥ التحديات والخطوات الآتية.

٢-٥ مصادر البيانات

كخطوة أولى، تفحص معهد الإحصاء التركي المصادر المتاحة، ممثلاً لتوصيات «دليل الأونكتاد لإنتاج إحصاءات حول الاقتصاد الرقمي» (UNCTAD، ٢٠٢٠) وللإصدار السابق من هذا الكتيب (OECD، WTO، IMF، ٢٠١٩). وقد تمّ تحديد ثلاثة مصادر إدارية مختلفة كمصادر بيانات مناسبة لقياس المتاجرة بالسلع المطلوبة رقمياً.

١-٢-٥ التصاريح الجمركية (تصاريح تفصيلية)

سجلات الجمارك هي مصدر البيانات الرئيسي الذي يتيح اشتقاق تقديرات للمتاجرة بالسلع المطلوبة رقمياً، لأنها تسجّل جميع أنواع المتاجرة بالسلع عبر الحدود. وزارة التجارة هي المسؤولة عن تجميع هذه السجلات. الآن تمّ إدراج المعاملات المطلوبة رقمياً ضمن التصاريح الجمركية، لكنّ حصّة البضائع المطلوبة رقمياً غير مفصولة عن إجماليّ تجارة السلع المصرّح عنها.

لهذا السبب قامت وزارة التجارة بتحسين نظام تجميع البيانات الجمركية، فوسّعت من نطاق الأسئلة المطروحة ضمن استمارات التصريح الجمركي المطلوبة. وبشكل أكثر تحديداً، أضيف إلى استمارة التصريح، عام ٢٠١٩، سؤال مُفاده «هل هذا الاستيراد/التصدير تجارة إلكترونية (e-trade)؟»، وقد خضع لمراجعة في كانون الأوّل/ديسمبر ٢٠٢١، بغية عرفة المعاملات المطلوبة رقمياً. في نطاق الدراسة التجريبية خضعت الإجابات عن هذا السؤال للتحليل، وطُلب من الشركات التي عبّأت التصاريح مزيد من التعقيبات من خلال مقابلات أجريت معها. كما أعدت وزارة التجارة، بالتعاون مع معهد الإحصاء التركي، مذكرة إرشادية وفيديو تدريب باللغة التركية لمساعدة المستشارين حول الجمارك في الشركات المسؤولة على استكمال التصاريح الجمركية (يمكن الاطلاع على الفيديو على <https://tagm.ticaret.gov.tr/duyurular/sinir-otesi-elektronik-ticaret-e-ticaret-rehberi-ve-tanitim-videosu-yayinlandi>).

كجزء من الدراسة التجريبية، قامت وزارة التجارة بتسليس عملية تجميع البيانات الجمركية. منذ بداية العام ٢٠٢٢ قُدِّمت مباشرة إلى معهد الإحصاء التركي بيانات حول التجارة المطلوبة رقمياً تمّت عرّفنتها عبر التصاريح الجمركية. بعدئذٍ انكبّ معهد الإحصاء التركي (TurkStat) ووزارة التجارة معاً على تحليل البيانات وتقييمها، مستخدمين طرق سِرّ للبيانات من أجل ضمان جودة البيانات في جميع مراحل عملية التجميع والمراكمة.

أجريت عمليّات تأمنة الجودة من أجل ضمان تماشي البيانات المستمّدة من البيانات الجمركية مع معايير الإحصاءات الرسمية. ساعد التحليل العنقودي (cluster analysis) الأوّلي، ومقاربات رصد الشوارد، على التحقق من البيانات والتأكد من أنّ التصاريح قد استُكمِلت بدقة. واستُخدمت متغيّرات كمثّل العهديات (regimes) الجمركية والمنتجات للتحكّم بدقة البيانات المصرّحة أنّها مشتقة من طلبات رقمية. وأجري مزيد من التفحّصات اليدوية على مستوى الشركة والمنتج للتحقق من التصاريح المقدّمة. الأهم من كلّ ذلك أنّ تصميم الاستبيان يتضمّن أسئلة ضابطة لتحديد ما إذا كان المنتج مطلوباً رقمياً أم لا. إذا كانت الإجابات ناقصة أو مغلوبة، يتمّ الاتّصال بالشركة التي عبّأت التصريح للتحقق من صحّته.

٥-٣ النتائج الأولى

بما أنّ المقاربة قيد الترويج حالياً، لا تُظهر دراسة الحالة هذه سوى نتائج تكديسيّة أوليّة لعينة صغيرة من الإحصاءات المطلوبة رقمياً والمستمدّة من ETCDs، وهي القناة الثانية التي تستخدمها وزارة التجارة لقياس التجارة المطلوبة رقمياً. يخطّط معهد الإحصاء التركي، في هذه المرحلة، لنشر إحصاءات كاملة عن التجارة المطلوبة رقمياً مع حلول نهاية العام ٢٠٢٣.

وفقاً للنتائج الأولى المستفادة من ETCDs:

- المتوسط الشهري لقيمة الصادرات هو ١١٠ مليون دولار أميركي.
- المتوسط الشهري لعدد معاملات التصدير هو ١,٤ مليون.
- متوسط قيمة الواردات الشهرية هو ١٦ مليون دولار أميركي.
- المتوسط الشهري لعدد معاملات الاستيراد هو ٠,٣ مليون.
- بلغت حصة إجماليّ صادرات ETCD (على صعيد القيمة) من إجماليّ الصادرات ٠,٥٨ في المائة.
- بلغت حصة إجماليّ عدد معاملات تصدير ETCD من إجماليّ معاملات الصادرات ٤١ في المائة.
- بلغت حصة إجماليّ واردات ETCD (على صعيد القيمة) من إجماليّ الواردات ٠,٠٧ في المائة.
- بلغت نسبة إجماليّ عدد معاملات واردات ETCD من إجماليّ معاملات الواردات ٢١,٣ في المائة.
- بلغ متوسط قيمة المعاملات للصادرات ٧٨ دولاراً أميركياً.
- بلغ متوسط قيمة المعاملات للواردات ٥٥ دولاراً أميركياً.

٥-٤ الاستنتاجات والتحديات والعمل المستقبلي

على الرغم من أنّ المقاربة ما زالت قيد التطوير، نجح معهد الإحصاء التركي، حتّى الآن، في الاستفادة من البيانات الجمركيّة والبريديّة لعرفنة المعاملات المطلوبة رقمياً، على حدة، ضمن إحصاءات تجارة البضائع الخاصة به.

رغم ذلك تمّ رصد بعض المحدوديات لدى تحليل مصادر البيانات الثلاثة التي سبق توصيفها.

أولاً، لا يمكن رصد المعاملات التي تقوم بها المؤسسات عبر التبادل الإلكترونيّ للبيانات. في المستقبل قد يتيح سؤال جديد، قيد الترويج حالياً ضمن نظام التصريح الجمركي، عرفنة على حدة للتجارة المطلوبة رقمياً عبر التبادل الإلكترونيّ للبيانات.

مع الوقت تبين أنّ التصاريح غير الدقيقة تخضع لمناويل (patterns) متأثرة بالمنتج. على سبيل المثال، نادراً ما يتمّ طلب منتجات علمفصائية أو حيوانات حيّة رقمياً، وكان من اللازم التحقق من هذا الأمر يدوياً لضمان عدم تعريف هذه المنتجات، خطأً، بأنّها تجارة رقميّة. كذلك لاحظ أهل الإحصاء أنّ التصاريح الجمركيّة حول المنتجات الباهظة القيمة من شركة إلى مستهلك (B2C) لا تُداول رقمياً في العادة. تساعد هذه التفخّصات على تتبع حصة التصاريح المكتملة بشكل صحيح، وعلى أمثلة عمليات تجميع البيانات وتصنيفها، فضلاً عن عمليّات التحقق.

٥-٢-٢ التصاريح الجمركيّة للتجارة الإلكترونيّة

المصدر الثاني المستخدم لقياس التجارة المطلوبة رقمياً هو التصاريح الجمركيّة الإلكترونيّة عن التجارة (ETCDs). استُخدمت هذه التصاريح الإلكترونيّة منذ العام ٢٠١٢، وهي مفيدة بشكل خاص لعرفنة معاملات التجارة الرقميّة على المستوى الميكرووي (micro level). تُصدرها إلكترونيّاً شركات الشحن الجويّ السريع المعتمدة، وتُضمّن تنفيذ جميع المعاملات بسرعة. المعاملات المؤهلة للإيداع عبر تصاريح إلكترونيّة لها سقف أقصى يبلغ ١٥٠٠٠ يورو/٣٠٠٠ كلغ للصادرات و ١٥٠ يورو/٣٠ كلغ للواردات.

منذ بداية العام ٢٠٢١ أصبحت البيانات المستجلبّة عبر ETCDs متاحة، وتتضمّن معلومات عن الجوانب الآتية: تقسيمات بحسب بلد المنشأ (للواردات)، أو بلد الوجهة (للصادرات)، أو القيمة، أو الكميّة، أو المنتج (بشيفرة قد تصل إلى ستّة أرقام في النظام المنسق (HS)). وبفضل استخدام البنية التحتية القانونيّة الجديدة وتكنولوجيا المعلومات، استطاعت وزارة التجارة أن توفر مباشرة للمكتب التركي للإحصاء البيانات التي تمّ تجميعها عبر ETCDs. من أجل اكتشاف التدوينات الخاطئة، أضيفت طرق للكشف عن الشوارد في نظام معالجة البيانات.

٥-٢-٣ البيانات من الخدمات البريديّة

أخيراً، يمكن الركون إلى الخدمات البريديّة لزيادة تحسين عمليّات التصاريح الجمركيّة الإلكترونيّة عن التجارة بغية التقاط التجارة المطلوبة رقمياً. المديرية العامة لمنظمة البريد والبرق (PTT) هي المسؤولة عن استكمال الـ ETCDs المعنيّة بالصادرات. على جانب الاستيراد، لا تمثل التصاريح لمعايير ETCD حتّى الآن، لأنّ سلطات البلدان الشريكة هي من يستكملها. حالياً تستكشف منظمة البريد والبرق طرقاً لتنسيق عمليّة استكمال التصاريح الواردة من بلدان مختلفة. لذا لا يزال تجميع البيانات معلّماً عند كتابة هذا التقرير.

حواشٍ ختامية

ثانيًا، لا يمكن عرفنة المعاملات التي تُجرى عبر منصّات التوسّط الرقمية. كذلك لا يمكن التمييز بين معاملات B2B و B2C و C2C كلاً على حدة، وفي بعض الحالات لا يصحّح عن شيفرات المنتجات بمستوى تفصيلي كافٍ.

في الوقت نفسه، أدّى بناء معهد الإحصاء التركيّ للبنية التحتية ولانسيابية العمل عند مراكمة إحصاءات التجارة الرقمية إلى رفده بدروس قيمة قد تكون مفيدة لمراكمين آخرين. من الضروريّ جدًّا تطوير فهم واضح لتعريف إحصاءات التجارة الرقمية العابرة للحدود وتحديد نطاقها عبر استخدام سيناريوهات وأمثلة عملية مختلفة. لضمان جودة البيانات، ينبغي التأكّد من أنّ الأشخاص الذين يعيّنون التصاريح الجمركية لديهم معرفة كافية بمعنى التجارة الرقمية (وتحديدًا «الطلب الرقمي»). لقد قدّمت وزارة التجارة ومعهد الإحصاء التركيّ موادًا مسهبة لزيادة الوعي وتثقيف المستشارين الجمركيين، بما في ذلك فيديو تدريبيّ ودليل مخصوص. لا غنى عن عمليات تأمين جودة موسّعة للتحقّق من التصاريح الجمركية المقدّمة.

مع المُضيّ قُدّمًا، يخطّط معهد الإحصاء التركيّ للخطوات المستقبلية الآتية:

١. زيادة مدى تغطية جميع مصادر البيانات.
٢. تنفيذ الإجراءات التي تضمن استكمال التصاريح الجمركية بشكل صحيح. تخطّط وزارة التجارة لإجراء زيارات دراسية للمستشارين الجمركيين الذين يقدّمون تصاريح جمركية تسجّل قيمة عالية للسلع المطلوبة رقميًا من أجل تنسيق عملية تجميع البيانات. من المقرّر أيضًا تنظيم تدريب إضافيّ للموظّفين المسؤولين عن استكمال التصاريح. كذلك يُنظر في اتّخاذ تدابير لمعاينة الشركات التي تداوم على استكمال تصاريحها بشكل خاطئ.
٣. تحليل البيانات بعد تجميعها عبر المصادر الثلاثة (أي: سجلّات الجمارك و ETCDs وبيانات الخدمات البريدية) والحصول على نتائج أوليّة. الهدف حاليًا هو توليد سلسلة زمنية متماسكة وبسط تفحّصات ضمان الجودة.
٤. إجراء الأبحاث اللازمة لإتاحة مزيد من تقسيم المعاملات إلى B2B ، B2C و C2C.
٥. إجراء دراسات حول كيفية إدراج منصّات التوسّط الرقمية ضمن عملية مراكمة البيانات التجارية.

١. أعدّ دراسة الحالة هذه شايووان دجاي (Xiaoyuan Zhai) و كيتان لي (Qian Li) و دجينغ فانغ (Zheng Fang) و وايغوو كي (Weiguo Qi) من الإدارة العامة للجمارك الصينية.
٢. أعدّ دراسة الحالة هذه زيانغ وانغ (Xuyang Wang) و يانيوي دجينغ (Yanhui Jing) و ييذجن شييه (Yizhen Xie) من وزارة التجارة الصينية (MOFCOM).
٣. «ألف-مائة-عشرة» هو مشروع حكومي يهدف إلى تنمية 1000 شركة كبيرة ومتوسطة الحجم بمؤهلات دولية، وتشجيع 100 شركة متعددة الجنسيات على نقل أعمال تعهيد الخدمات إلى الصين، وبناء 10 مدن ذات قدرة تنافسية دولية في تعهيد الخدمات.
٤. يشير ITO إلى تسليم خدمات تكنولوجيا المعلومات. يشير BPO إلى تعهيد خدمات التصميم المعاون والتدبّر والتنفيذ، مثل مراكز المهاتفة أو خدمات تدبّر سلسلة التوريد. يشير KPO إلى تعهيد الأبحاث والتصميم المعاون والابتكار العلمي والتكنولوجي، مثل الأبحاث والتطوير (R&D) في الصبيلة والتصميم الصناعي.
٥. أعدّ دراسة الحالة هذه إزموند ماكلين (بنك جامايكا) وهانك ويليامز ودييذر كامبل إدارة الضرائب في جامايكا، (TAJ).
٦. أعدّ دراسة الحالة هذه خوسيه أنطونيو إيسانتا فونكوبيرتا، المعهد الوطني الإسباني للإحصاء (INE).
٧. أعدّ دراسة الحالة هذه تشالايان آسلن (وزارة التجارة التركية) وآيلين كولباشه، إيوب محمد دينتش وإيسانغول تانريكولو (المعهد التركي للإحصاء؛ TurkStat).

الملاحق

- الملحق أ : قياس الاقتصاد الرقمي
- الملحق ب : أخذ المعاملات التجارية الرقمية في الحسبان
- الملحق ج : القائمة الموسعة للخدمات القابلة للتسليم رقمياً في
EBOPS ٢٠١٠
- الملحق د : جدول التوزيع بحسب نمط التوريد للخدمات القابلة
للتسليم رقمياً
- الملحق هـ : استبيان – الإدارة العامة للجمارك الصينية
(«China Customs»)
- الملحق و : استبيان – وزارة التجارة الصينية
(MOFCOM)
- الملحق ز : استبيان – إدارة الضرائب في جامايكا (TAJ)
وبنك جامايكا
- الملحق ح : استبيان – المعهد الوطني الإسباني للإحصاء
(Instituto Nacional de Estadística)

الملاحق أ - قياس الاقتصاد الرقمي

نحو تعريف للاقتصاد الرقمي^١

يُستخدم مصطلح «الاقتصاد الرقمي» على نطاق واسع، ولكن بشكل فضفاض، للإشارة إلى أجزاء الاقتصاد المتأثرة بوقع التحول الرقمي. لكنّ عدم وجود تعريف واحد ومقبول من الجميع لما يتناوله الاقتصاد الرقمي يعيق جهود القياس، ويمكن أن يشجّع على قيام تصوّر مغلوطن مُفاده أنّ أجزاء من الاقتصاد قد يُقصر في تسجيلها بسبب الدجته. غياب التوافق هذا نابع جزئيًا من الطبيعة المتعددة الأبعاد للاقتصاد الرقمي: فالدجته لها وقعها على إنتاج العديد من السلع والخدمات، وطلبها، وتسليمها، واستهلاكها، إلى حدّ القول بأنّ أيّ اقتصاد حديث يمكن اعتباره اليوم «اقتصادًا رقميًا».

هناك مقاربتان معهودتان لتعريف الاقتصاد الرقمي وقياسه (OECD، ٢٠٢٠). الأولى، وهي مقارنة «من أسفل إلى أعلى»، تعتبر الاقتصاد الرقمي مقتصرًا على مجموعة محدودة من الأنشطة الاقتصادية التي تنتج سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) والخدمات الرقمية^٢ التي تيسر دجته الاقتصاد. وهذا يتناقض مع وجهة نظر أوسع، «من أعلى إلى أسفل»، ترى أنّ الاقتصاد الرقمي ينطوي على أيّ نشاط اقتصادي ممكّن عبر استخدام سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية، بحيث يعكس انتشار الدجته عبر الاقتصاد بأكمله.

من وجهة نظر القياس، يمكن وضع المقاربة الأولى رأسًا وبسهولة موضع التنفيذ. سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية هي ههنا، ببساطة، تحشيد لفئات منتجات من التصنيف المركزي للمنتجات (CPC) - قوامها منتجات «يجب أن تستهدف، في المقام الأول، تلبية أو تمكين مهمة معالجة المعلومات ونقلها بالوسائل الإلكترونية، بما في ذلك الإرسال والإظهار» (UN، ٢٠١٥). وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو، بالمثل، تحشيد لصناعات من التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC) - تلك التي تعمل بشكل أساسي على تصنيع منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (UN، ٢٠٠٨b). لكن، بينما تنامت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بشكل عام، بشكل أسرع بكثير من الاقتصاد الأوسع، وتستحقّ اهتمام رسمي السياسات، ضيّع التركيز الضيق على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التأثيرات الأوسع للدجته على إنتاج السلع والخدمات الأخرى واستهلاكها. لذا فإنّ تحليلًا «للاقتصاد الرقمي» يركّز فقط على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سيخس من وقع الدجته على الاقتصاد.

عام ٢٠٢٠ أقرّ اجتماع وزراء الاقتصاد الرقمي لمجموعة العشرين، في الإعلان الوزاري الصادر في ٢٢ تمّوز/يوليو ٢٠٢٠، تعريفًا أوسع («من أعلى إلى أسفل») للاقتصاد الرقمي على النحو الآتي:

«جميع الأنشطة الاقتصادية المعتمدة على، أو الممكنة بشكل ملحوظ عبر، استخدام المدخلات الرقمية، بما في ذلك التقنيات الرقمية والبنية التحتية الرقمية، والخدمات الرقمية، والبيانات؛ يتناول جميع المنتجين والمستهلكين، بما في ذلك الحكومة، ممّن يستخدمون هذه المدخلات الرقمية في أنشطتهم الاقتصادية»^٣.

استنادًا على عمل سابق قام به Bukht و Heeks (٢٠١٨)، تقرر أن يصحب هذا التعريف إطار عمل تصنيفي (tiered) يُظهر بشكل أكبر تأثيرات الدجته على الاقتصاد ويساعد على غلّتها. هذه التصنيفات (tiers) تميّز بين شركات تنتج سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية، وبين شركات تعتمد على هذه المدخلات الرقمية، وأخيرًا بين شركات ممكّنة في أنشطتها الإنتاجية عبر استخدام المدخلات الرقمية.

جعل الدجته مرئية في الإحصاءات الماكرو-اقتصادية: الإطار المفاهيمي وراء «جداول العرض والاستخدام الرقمية»

برز إطار عمل «جداول العرض والاستخدام الرقمية» (Digital SUTs) كأداة لزيادة تظهير الدجته ضمن الإحصاءات الماكرو-اقتصادية الحالية، من دون حصر «الاقتصاد الرقمي» ضمن تخوم خامدة. يركّز الإطار على تطوير فهم أفضل لكيفية تأثير الدجته على جميع المعاملات المُقاسة في الإحصاءات الاقتصادية.

يعكس اختيار «جداول العرض والاستخدام» كإطار لقياس النشاط الرقمي تغطيتها لجميع المعاملات الاقتصادية من زوايا متعددة. فهذه الجداول لا تكتفي بتسجيل ما يتمّ إنتاجه واستهلاكه، بل تسجّل أيضًا ممّن يُنتج ومّن يستهلك.

تطلّب الطبيعة المتعددة الأبعاد للاقتصاد الرقمي إطارًا يمكنه أن يعكس، من جهة، إنتاج المنتجات الرقمية واستهلاكها، ومن جهة أخرى إنتاج واستهلاك المنتجات غير الرقمية المُقتناة عبر وسائل رقمية، أكانت مطلوبة رقميًا، أو مسلمة رقميًا، أو الاثنين معًا. تميّز «جداول العرض والاستخدام» بمرونة كافية تتيح إدراج تقسيمات إضافية بحسب المنتج والصناعة من دون الإخلال بالتوازن المتأصل في هذه الجداول. في هذا الصدد يمكن، ببساطة، تنقيح المخرجات والقيمة المضافة والمكوّنات الأخرى

لغرض تلقّي الطلبات أو تقديمها»، استنادًا إلى تعريف OECD للتجارة الإلكترونية في OECD (٢٠١١)، وهو يتماشى تمامًا مع تعريف هذا الكتيب للتجارة المطلوبة رقميًا.

في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية تُقسّم معاملات السلع والخدمات إلى ستّة أنماط تأدية طلبات، كما هو موضح في الجدول أ-١. نظريًا يمكن تصوّر مثل هذا التقسيم لكلّ منتج في «جداول العرض والاستخدام»، لكنّه يُشجّع بشكل خاص لتلك الزمرة الجزئية من المنتجات التي يُعدّ الطلب الرقمي و/أو التسليم الرقمي الأوثق صلة بها.

تجدر الإشارة إلى أنّ المعاملات التي تؤدي عبر منصّات التوسّط الرقمية متميّزة من تلك التي تؤدي مباشرة مع المنتجين/البائعين. بحكم التعريف، لا تحوز هذه المنصّات الملكية الاقتصادية للسلع، ولا تقدّم الخدمات التي تتوسّط لها، بل تستوفي إيرادات من خلال تيسير المعاملة بين البائع (المنتج) والمشتري (المستهلك).

بما أنّ منصّات التوسّط الرقمية هي مثال بارز على تنامي الدجته، وقد يكون لها وقع كبير على الاقتصاد، تعرّف المعاملات التي تتناولها عرفة منفصلة في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية، على غرار عرفتها بشكل منفصل ضمن التجارة الرقمية.

نقط التسليم

بغضّ النظر عن نمط تأدية الطلبية، يمكن تسليم المنتج إلى المستهلك رقميًا أو لارقميًا.

يُعرّف التسليم الرقمي بأنّه «جميع المعاملات التي تُسلم عن

بين الصفوف والأعمدة بحسب الحاجة، ومن ثمّ فإنّ العملية تقع بالأحرى في باب «إعادة التوزيع»، لا التقدير.

كما هو مبين في الشكل أ-١، يشمل إطار عمل «جداول العرض والاستخدام» الرقمية، على غرار إطار قياس التجارة الرقمية (راجع الشكل ٢-١ في الفصل ٢)، ثلاثة أبعاد أساسية:

- طبيعة المعاملة («كيف»)
- المنتج («أي»)
- الصناعات الرقمية المعرّنة بيئيًا في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية («من»).

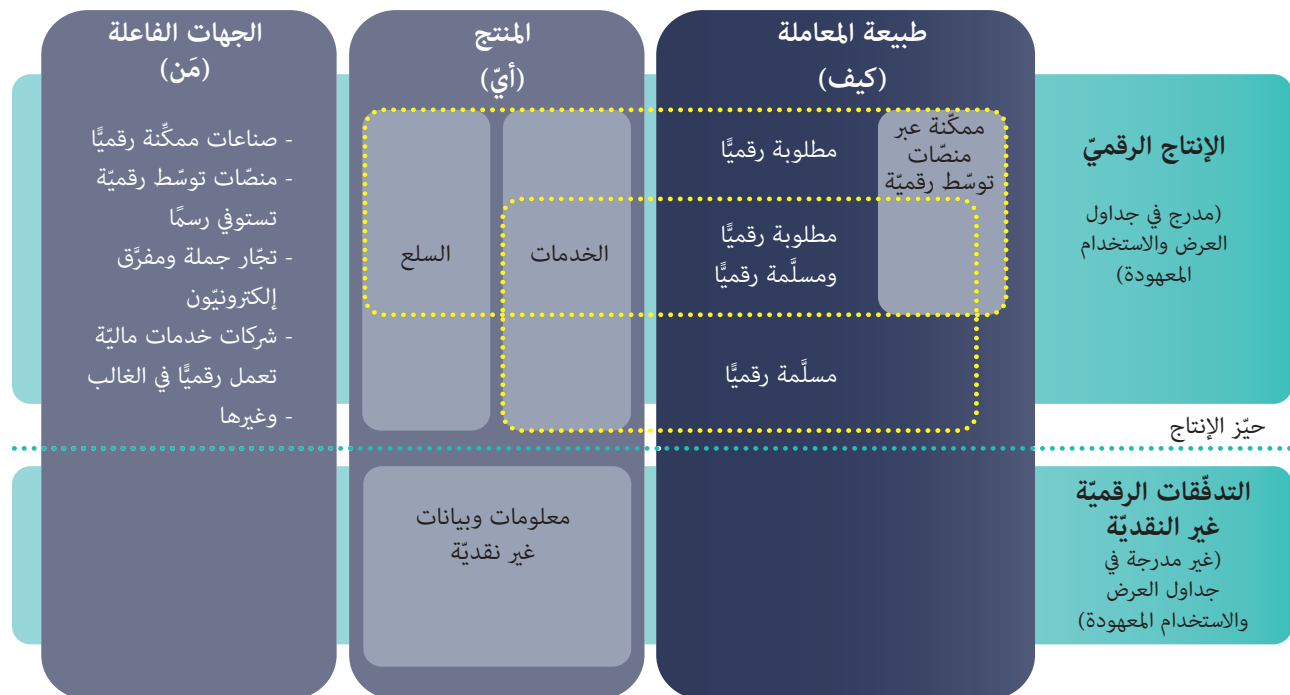
طبيعة المعاملة («كيف»)

تُعدّ طبيعة المعاملة عنصرًا جوهريًا في إطار عمل SUT الرقمية. كانت معايير SUT التقليدية تركز على المنتج الذي تمّ توليده، ومن أنتجه، ولمن تمّ بيعه. لكنّ الطلب الرقمي والتسليم الرقمي أصبحا الآن أمرين شائعين، بحيث يمكن الزعم أنّه، وبنفس الأهمية، يتعيّن الآن أن نعرف كيف تمّ شراء هذه المنتجات وتسليمها - أي طبيعة المعاملة.

نمط تأدية الطلبية

تُعرّف المعاملات المطلوبة رقميًا بأنّها «بيع أو شراء لسلعة أو لخدمة يؤدي عبر الشبكات الحاسوبية بطرق مصمّمة خصيصًا

الشكل أ-١: الإطار المفاهيمي لجداول العرض والاستخدام الرقمية



المصدر: كتيب OECD حول مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية، استنادًا إلى IMF، OECD، UNCTAD، WTO (٢٠٢٣).

104

- المنتجون الذين يعتمدون على منصات توسط رقمية؛
- تجار الجملة والمفرق الإلكترونيون؛
- مقدمو الخدمات المالية العاملون في الغالب رقميًا؛
- المنتجون الآخرون الذين يعملون رقميًا فقط.

تم فصل هذه الصناعات عن أعمدة الصناعة حيث كانت تسجل في «جداول العرض والاستخدام» التقليدية، وذلك من أجل تكمية جوانب مخصصة من النشاط الرقمي لم تكن لتصبح مرئية بطريقة أخرى. كما أن ثمة جانباً مهماً في هذه الصناعات الرقمية، وهو أن الشركات يتم تصنيفها بناءً على كيفية استخدامها للتقنيات الرقمية في نماذج أعمالها أو في تفاعلها مع المستهلكين، لا بناءً على نشاطها الاقتصادي الأساسي، كما هي الحال في «جداول العرض والاستخدام» التقليدية. على سبيل المثال، يصبح بائع المفرق تاجر جملة ومفرق إلكترونيًا إذا كانت غالبية إيرادات مبيعاته متأتية من طلبات مؤداة رقميًا.

عملياً، هذا يعني أن مؤسستين مدرجتين في صناعيتين منفصلتين من صناعات ISIC بسبب الاختلافات في نشاطهما الأساسي يمكن أن تدرجا في نفس الصناعة الرقمية داخل «جداول العرض والاستخدام» الرقمية بسبب أوجه التشابه بينهما في طريقة استخدامهما للتكنولوجيا الرقمية. مثلاً، سيتم تصنيف وكيل رهانات عبر الإنترنت ومزود تعليم إلكتروني بشكل منفصل ضمن «خدمات المقامرة» و «خدمات التعليم» في «جداول العرض والاستخدام» التقليدية، ولكن سيتم تبويبهما معاً ضمن «منتجون آخرون يعملون رقميًا فقط» في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية. تقدم إعادة توزيع الشركات هذه ضمن الصناعات الرقمية استشرافات مهمة حول حجم الإنتاج، والقيمة المضافة، ومعاوضة الموظفين، وحتى التوظيف الذي توفره شركات تعتمد على التكنولوجيا الرقمية.

«جداول العرض والاستخدام» الرقمية في الممارسة: التطبيقات والأولويات

لم تصمم «جداول العرض والاستخدام» الرقمية لإنتاج قياس وحيد «للاقتصاد الرقمي». هي، على العكس، توفر إطاراً متعدد الأبعاد يمكنه توليد مجموعة من المؤشرات لإظهار كيفية تأثير الاقتصاد بالتحول الرقمي.

ولقد تمت، عبر التركيز على احتياجات المستخدم، والاعتراف بأن إعمار زمرة كاملة من SUTs الرقمية هو مسعى صعب، عرفة عدد من المؤشرات بأنها «عالية الأولوية»:

المعلومات والاتصالات، فضلاً عن بعض السلع والخدمات الأخرى التي يُرجح للغاية أن تُطلب و/أو تسلم رقميًا.

سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية، على النحو المحدد في UN CPC Ver. 2.1 (2015)، يجب تكديسها في صفين من صفوف المنتجات العالية المستوى بدلاً من تسجيلها في صفوف منتجات متعددة، كما هي الحال في «جداول العرض والاستخدام» التقليدية. بالإضافة إلى ذلك، ثمة منتجان ضمن سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية يحيطان باهتمام كبير عند رسم السياسات، ولذا يتم عرضهما بشكل منفصل في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية: إحداهما خدمات التوسط الرقمية وخدمات الحوسبة السحابية. لم تتم حتى الآن عرفة أي من هذين المنتجين في تصنيفات المنتجات الحالية، ولكنهما يهتمان المستخدمين لأحداهما يمثلان إنتاج واستهلاك خدمة غيرت بشكل أساسي في طريقة عمل الشركات. كما تشجع «جداول العرض والاستخدام» الرقمية على توفير تقسيمات منفصلة للسلع والخدمات غير الرقمية التي يرجح أكثر من غيرها أن تُطلب و/أو تسلم رقميًا. من الأمثلة على ذلك خدمات النقل والمبيت والطعام.

الفكرة الأخيرة متصلة بثلاثة منتجات خارج حيز الأصول والإنتاج ضمن نظام الحسابات القومية الحالي، وهي: البيانات، والخدمات الرقمية المسعرة صفرًا التي تقدمها الشركات؛ والخدمات الرقمية المسعرة صفرًا التي يقدمها المجتمع. يُقارب قياس هذه المنتجات كجزء من المراجعة الشاملة لنظام الحسابات القومية. من الأكيد أنه يجب الاعتراف بالبيانات كصفة من الأصول ضمن الإطار المركزي لنظام الحسابات القومية المنقح، لكن إنتاج واستهلاك الخدمات الرقمية المسعرة صفرًا (التي تقدمها الشركات الخاصة والمجتمع على حد سواء) سيظلان خارج هذا الإطار.

الصناعات الرقمية المعرفنة بيئيًا في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية («من») لا تحتوي «جداول العرض والاستخدام» الرقمية، بعكس «جداول العرض والاستخدام» التقليدية، على بُعد القطاع المؤسسي. من أجل ذلك يعكس إطار عمل هذه «الجداول» أن النشاط الاقتصادي ذا الطبيعة الرقمية يمكن أن تقوم به جميع القطاعات في الاقتصاد.

يتناول منظور «من» الإضافي المقدم في «جداول العرض والاستخدام» الرقمية عرفة سبع «صناعات رقمية»، وهي:

- الصناعة الممكنة رقميًا (منتجو سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية)؛
- منصات التوسط الرقمية (المستوفية لرسم)؛
- المنصات الرقمية القائمة على البيانات والدعايات؛

• **الناتج، والقيمة المضافة الإجمالية (بما في ذلك مكوناتها)**
للصناعات الرقمية السبع: تحدّد هذه المؤشرات حجم
الصناعات الرقمية السبع المذكورة أعلاه، وتساعد على
فهم هيكلية إنتاجها.

• **الاستهلاك الوسيط لخدمات التوسط الرقمية وخدمات
الحوسبة السحابية وبيع تكنولوجيا المعلومات
 والاتصالات والخدمات الرقمية:** توفر هذه المؤشرات
استشرافات حول تطور التحوّل الرقمي عبر كلّ الصناعات.
على سبيل المثال، يمكن أن تكون زيادة الاستهلاك الوسيط
لسلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات
الرقمية، مقارنة بالمنتجات الأخرى، مُنبأًا لدجّلة متزايدة
في عمليات الإنتاج. وعلى نفس الغرار، يعدّ قياس
الاستهلاك الوسيط لخدمات التوسط الرقمية وخدمات
الحوسبة السحابية عاملاً مهمّاً من أجل فهم أفضل لتلك
الصناعات التي تمرّ بأكبر تحوّل نتيجة لاستخدام منصات
التوسط الرقمية، أو لتلك التي هي الأكثر اعتماداً على
الخدمات السحابية لممارسة أعمالها.

• **الإنفاق بحسب طبيعة المعاملة:** تعدّ مؤشرات الإنفاق
(الصادرات والواردات والاستهلاك النهائي للأسرة)
المقسّمة وفقاً لطبيعة المعاملة ذات وزن كبير أيضاً لأنّ
الطلب الرقمي والتسليم الرقمي هما من بين العناصر الأكثر
تغلّلاً في الاقتصاد الرقمي إن في نظر المستهلكين أو راسمي
السياسات.

منذ أن طرّحت المجموعة الاستشارية غير الرسمية التابعة
لـ OECD والمعنية بقياس الناتج المحلي الإجمالي في اقتصاد مُدجّل
فكرة «جداول العرض والاستخدام» الرقمية للمرّة الأولى عام
٢٠١٧، بدأت بلدان عدّة تنتج إحصاءات اختباريّة متوافقة مع
إطار عمل هذه الجداول.^٦ وبما أنّ الدجّلة هي أحد المحرّكات
الرئيسيّة لأجندة الأبحاث حول نظام الحسابات القومية، فقد
تمّ أيضاً تبني إطار عمل «جداول العرض والاستخدام» الرقمية
في عملية التحديث الرسميّة لنظام ٢٠٠٨ للحسابات القومية،
لذا ستُضمّن «جداول العرض والاستخدام» الرقمية كجداول
تكميلية في نظام الحسابات القومية المنقّح.^٧

الملحق ب - أخذ المعاملات التجارية الرقمية في الحسبان

فهم جدول الملحق

أدرج هذا الملحق لمساعدة المراكمين على استخدام «نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية» (الجدول ٢-١ في الفصل ٢)، المستعاد أدناه.

يعدّ الجدول ب-١، المدرج أدناه، ما يأتي: ما يتم تداوله (أي: السلع أو الخدمات)؛ طبيعة المعاملة (أي: مطلوبة رقمياً و/أو مسجلة رقمياً)؛ ومن هم الجهات الفاعلة في المعاملة (مثلاً، من شركة إلى شركة (B2B)، من شركة إلى مستهلك (B2C)، وما إلى ذلك). يوضح هذا الجدول كيفية تسجيل المعاملات التجارية الرقمية في «نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية» (الجدول ٢-١) بناءً على هذه العوامل.

يقدم الجدول ب-١ أمثلة للمساعدة على تفسير وتطبيق تسجيل المعاملات في نموذج الإبلاغ. يُشار، بين قوسين، إلى بند (بنود) النموذج الذي (التي) ينبغي تسجيل أي معاملة على أساسه (ها).

يجب تسجيل بعض معاملات التجارة الرقمية في أكثر من سطر واحد من نموذج الإبلاغ. أحد الأمثلة الرئيسية على ذلك هو عند طلب المعاملة رقمياً (البند 2) وتسليمها رقمياً (البند 3)، لذا يجب طرحها (البند 4) لتجنب العدّ المزدوج عند احتساب إجمالي التجارة الرقمية (البند 1).

خدمات التوسّط الرقمية، بحكم تعريفها، مطلوبة رقمياً

ومسجلة رقمياً، لذا يجب تسجيلها في البنود الآتية من نموذج الإبلاغ:

- البند 2.2: «التجارة المطلوبة رقمياً؛ الخدمات»
- البند 3: «التجارة المسجلة رقمياً»
- البند 4: «الخدمات المطلوبة رقمياً والمسجلة رقمياً»
- البند 4.a: «الخدمات المطلوبة رقمياً والمسجلة رقمياً؛ ومنها خدمات التوسّط الرقمية».

خدمات التوسّط الرقمية، بحكم تعريفها، مزوّدة عبر منصّة توسّط رقمية لكل من المشتري والبائع. تجدر الإشارة، مع ذلك، إلى أنّه يجوز للبائع أو المشتري، أو كليهما، دفع رسوم مقابل خدمة توسّط رقمية. إن لم يكن معروفاً من دفع الرسوم، فإنّ التوصية الواردة في هذا الكتيب هي تسجيل الرسوم على أنّها مدفوعة من جيب البائع. يمكن أن يؤثر ذلك على تحديد من هي البلدان التي تحتاج إلى تسجيل خدمة التوسّط الرقمية عند استكمال نموذج الإبلاغ.

أدرجت إرشادات إضافية حول تسجيل رسوم خدمة التوسّط الرقمية في الفصل ٥، الجدول ٥-٣، ويمكن الاطلاع على مثال تمّ إعداده بالكامل، بما في ذلك الإحصاءات، في الجدول ٥-٢ ضمن المؤطر ٥-١.

لدى المراكمين المرونة لتعبئة النموذج وفقاً للمصادر والتفاصيل المتاحة. على سبيل المثال، ليس من الضروري وجود قياسات منفصلة للمعاملات التي تشمل منصّات التوسّط الرقمية من أجل تسجيل إجمالي «التجارة المطلوبة رقمياً» أو «التجارة المسجلة رقمياً»، أو لاحتساب «إجمالي التجارة الرقمية».

الجدول ٢-١ (الفصل ٢): نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية

البند		إجمالي الصادرات	إجمالي الواردات
1	إجمالي التجارة الرقمية	2+3 ناقص 4	
2	التجارة المطلوبة رقمياً	2.1+2.2	
2.1	السلع		
2.1.a	منها: عبر منصّات التوسّط الرقمية		
2.2	الخدمات		
2.2.a	منها: عبر منصّات التوسّط الرقمية		
3	التجارة المسجلة رقمياً		
3.a	منها: عبر منصّات التوسّط الرقمية		
4	التجارة المطلوبة رقمياً والمسجلة رقمياً		
4.a	منها: خدمات توسّط رقمية		
	بنود إضافية		
A.1	المتاجرة الرقمية بالخدمات	2.2+3 ناقص 4	
A.2	الخدمات القابلة للتسليم رقمياً	>3	

ملاحظة: يجب تقسيم المعاملات بحسب تجميعات المنتجات الملائمة (EBOPS ٢٠١٠ بالنسبة إلى الخدمات، على سبيل المثال، أو النظام المنسق لتصنيف السلع وتشفيرها (HS) أو التصنيف المركزي للمنتجات (CPC) بالنسبة إلى السلع). يقدم الملحق "ب" عدداً من الأمثلة لتوجيه المراكمين حول كيفية استخدام نموذج الإبلاغ من أجل تسجيل معاملات التجارة الرقمية.

المصدر: IMF، OECD، UNCTAD، و WTO.

الجدول ب-١: كيفية تسجيل معاملات التجارة الرقمية في الحسابات وفي "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ٢-١)

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٢ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصّة توّسط رقمية	مُسلّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
١	سلعة	نعم	لا	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء مباشرة من مورّد في البلد B.	قامت شركة بشراء أحد المكونات المستخدمة في إنتاجها من مورّد غير مقيم عبر التبادل الإلكتروني للبيانات الخاصّ بها.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1).	غير منطبق
٢	خدمة	نعم	لا	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء مباشرة من مورّد في البلد B.	قامت شركة بشراء خدمات نقل مستخدمة في إنتاجها من مورّد غير مقيم عبر التبادل الإلكتروني للبيانات الخاصّ بها.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2).	غير منطبق
٣	سلعة	نعم	لا	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء مباشرة من مورّد في البلد B.	اشترى مستهلك صنفاً من الملابس من موقع ويب لشركة غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1).	غير منطبق
٤	خدمة	نعم	لا	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء مباشرة من مورّد في البلد B.	اشترى مستهلك إقامة في فندق من موقع ويب لشركة غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2).	غير منطبق
٥	سلعة	نعم	لا	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد مقيم في البلد A عبر DIP متمركزة في البلد B. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسّط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لاقتناء حاسوب من مورّد مقيم عبر DIP غير مقيمة. لا تسجّل سوى خدمات التوسّط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسّط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٦	سلعة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP مقيمة تتمركز في البلد A. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسّط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لاقتناء أثاث مكتبي من مورّد غير مقيم عبر DIP مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1.a & 2.1.a)؛ صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1.a & 2.1.a)؛ واردات خدمات توسّط رقمية من البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٧	سلعة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متمركزة في البلد B. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسّط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لاقتناء قرطاسية من مورّد غير مقيم عبر DIP غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1 & 2.1.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a).	غير منطبق

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٢ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصة توسط رقمية	مُسلّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
٨	سلعة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متركزة في البلد C. يقوم المشتري بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لاقتناء مقاعد جديدة من مورّد غير مقيم عبر DIP غير مقيمة (متركزة خارج بلدي المشتري والبايع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1 & 2.1.a)؛ و واردات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).
٩	سلعة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متركزة في البلد C. يقوم المشتري والبايع معاً بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لاقتناء أثاث مكتبيّ من مورّد غير مقيم عبر DIP غير مقيمة (متركزة خارج بلدي المشتري والبايع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1 & 2.1.a)؛ و واردات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a)؛ و واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A و البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
١٠	خدمة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد مقيم في البلد A عبر DIP متركزة في البلد B. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البايع هو من يدفع مقابل خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لشراء خدمات نقل من مورّد مقيم عبر DIP غير مقيمة. لا تسجل سوى خدمات التوسط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
١١	خدمة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP مقيمة تتمركز في البلد A. يقوم المشتري بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لشراء خدمات تصنيع من مورّد غير مقيم عبر DIP مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a).	غير منطبق
١٢	خدمة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متركزة في البلد B. يقوم البايع بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لشراء خدمات نقل بحريّ من مورّد غير مقيم عبر DIP غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a).	غير منطبق

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٣ من الفصل ٣)		
		مطلوب رقمياً	منصة توسط رقمية	مُسلّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
١٣	خدمة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بإجراء عملية شراء من مورد في البلد B عبر DIP متمرزة في البلد C. يقوم المشتري والبايع معا بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لشراء خدمات صيانة وتصليات من مورد مقيم عبر DIP غير مقيمة (متمركزة خارج بلدي المشتري والبايع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردة خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ واردة خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
١٤	سلعة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورد مقيم في البلد A عبر DIP متمرزة في البلد B. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين هاتفاً نقالاً من مورد مقيم عبر منصة غير مقيمة.	واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
١٥	سلعة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورد في البلد B عبر DIP متمرزة في البلد A. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدى أحد المستهلكين طلبية لاقتناء دراجة هوائية من بائع طرف-ثالثي عبر موقع تسوق Amazon.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a)؛ واردة خدمات توسط رقمية من البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
١٦	سلعة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورد في البلد B عبر DIP متمرزة في البلد B. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدى أحد المستهلكين طلبية لاقتناء أحذية من مورد غير مقيم عبر منصة غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1 & 2.1.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a).	غير منطبق
١٧	سلعة	نعم	نعم	لا	C2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورد في البلد B عبر DIP متمرزة في البلد C. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين سلعة مستعملة من مستهلك غير مقيم عبر eBay (المتمرزة خارج بلدي المشتري والبايع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.1 & 2.1.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.1 & 2.1.a)؛ واردة خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٢ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصة توسّط رقمية	مُسلّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
١٨	خدمة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد مقيم في البلد A عبر DIP متمرّكة في البلد B. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسّط الرقمية.	طلب أحد المستهلكين سيارة تاكسي Uber يقودها مقيم عبر تطبيق غير مقيم. لا تسجّل سوى خدمات التوسّط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسّط من البلد B رقمية (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
١٩	خدمة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد A. يقوم المشتري والبائع معاً بدفع رسوم خدمات التوسّط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين خدمات تصليح حواسيب من مورّد غير مقيم عبر DIP مقيمة ومتخصصة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ واردات خدمات توسّط رقمية من البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٢٠	خدمة	نعم	نعم	لا	B2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مورّد في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد B. يقوم المشتري بدفع رسوم خدمات التوسّط الرقمية.	أدى أحد المستهلكين طلبية لشراء خدمات شحن بحري من مورّد غير مقيم عبر منصة غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردات خدمات توسّط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٢١	خدمة	نعم	نعم	لا	C2C	قام مستهلك في البلد A بإجراء عملية شراء من مستهلك في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد C. يقوم المشتري والبائع معاً بدفع رسوم خدمات التوسّط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين خدمات مبيت للمكوث في ملك عقاري غير مقيم عبر Airbnb (المتمرّكة خارج بلدي المشتري والبائع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردات خدمات توسّط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ واردات خدمات توسّط رقمية من البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسّط رقمية إلى البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
٢٢	خدمة	نعم	نعم	لا	B2B	قامت شركة في البلد A بشراء خدمة مباشرة عبر الإنترنت من مورّد في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً.	اشترت إحدى الشركات، مباشرة، خدمات حاسوبية مُمغّزة من موقع ويب لمورّد غير مقيم.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2)؛ واردات مسلّمة رقمياً من البلد B (3)؛ واردات مطلوبة ومسلّمة رقمياً من البلد B (4).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2)؛ صادرات مسلّمة رقمياً إلى البلد A (3)؛ صادرات مطلوبة ومسلّمة رقمياً إلى البلد A (4).	غير منطبق

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٣ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصة توسط رقمية	مُسلّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
٢٣	خدمة	نعم	لا	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة مباشرة عبر الإنترنت من مورّد في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً.	اشترى أحد المستهلكين، مباشرة، بوليصة تأمين من موقع ويب لشركة تأمين غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2)؛ واردة مسجلة رقمياً من البلد B (3)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً من البلد B (4).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2)؛ واردة مسجلة رقمياً إلى البلد A (3)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً إلى البلد A (4).	غير منطبق
٢٤	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2B	قامت شركة في البلد A بشراء خدمة من مورّد مقيم في البلد A عبر DIP متمرّكة في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً في هذه الحالة، لا يهتم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسط الرقمية.	طلبت إحدى الشركات تصميم لوغو من مصمّم مقيم عبر DIP غير مقيمة للمصممين الغرافيين. لا تسجل سوى خدمات التوسط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٢٥	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2B	قامت شركة في البلد A بشراء خدمة من مورّد في البلد B عبر DIP مقيمة تتمركز في البلد A؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	أدت إحدى الشركات طلبية لشراء برمجيات محاسبية متخصصة من شركة برمجيات غير مقيمة عبر DIP مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردة مسجلة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً من البلد B (4).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ واردة مسجلة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً إلى البلد A (4).	غير منطبق
٢٦	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2B	قامت شركة في البلد A بشراء خدمة من مورّد في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري والبائع معاً بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	طلبت إحدى الشركات خدمات استشارية من شركة غير مقيمة عبر DIP متخصصة غير مقيمة.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردة مسجلة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً من البلد B (4)؛ واردة خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ واردة مسجلة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ واردة مطلوبة ومسجلة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردة خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٣ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصة توسط رقمية	مُسلم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
٢٧	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2B	قامت شركة في البلد A بشراء خدمة من مورد في البلد B عبر DIP متمركزة في البلد C؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري والبايع معا بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	طلبت إحدى الشركات خدمات أبحاث حول السوق من شركة غير مقيمة عبر DIP غير مقيمة متخصصة في أبحاث السوق (متمركزة خارج بلدي المشتري والبايع)	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردةات مسلمة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردةات مطلوبة ومسلمة رقمياً من البلد B (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ صادرات مطلوبة ومسلمة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
٢٨	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مورد مقيم في البلد A عبر DIP متمركزة في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسط	اشترى أحد المستهلكين خدمات طبية (طب عن بعد) من شركة مقيمة عبر DIP متخصصة غير مقيمة. لا تسجل سوى خدمات التوسط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٢٩	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مورد في البلد B عبر DIP متمركزة في البلد A؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري والبائع معا بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين خدمات تعليمية عبر الإنترنت من مزود غير مقيم عبر DIP مقيمة ومتخصصة في الشؤون التعليمية.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردةات مسلمة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردةات مطلوبة ومسلمة رقمياً من البلد B (4)؛ صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ صادرات مطلوبة ومسلمة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٣٠	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مورد في البلد B عبر DIP متمركزة في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين تطبيقاً من مزود غير مقيم عبر موقع تطبيقات غير مقيم.	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردةات مسلمة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردةات مطلوبة ومسلمة رقمياً من البلد B (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ صادرات مطلوبة ومسلمة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية إلى البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق

	أي	كيف			من	التوصيف	مثال على معاملة	ما يسجل في "نموذج الإبلاغ عن التجارة الرقمية" (الجدول ١-٢ من الفصل ٢)		
		مطلوب رقمياً	منصّة توسط رقمية	مُسَلَّم رقمياً				البلد A	البلد B	البلد C
٣١	خدمة	نعم	نعم	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مورّد في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد C؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم البائع بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	اشترى أحد المستهلكين خدمات صحّية من مورّد غير مقيم عبر DIP متخصصة وغير مقيمة (متمركزة خارج بلدي المشتري والبائع)	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردةات مسلمة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردةات مطلوبة ومسلمة رقمياً من البلد B (4).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ صادرات مطلوبة ومسلمة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
٣٢	خدمة	نعم	نعم	نعم	C2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مستهلك في البلد B عبر DIP متمرّكة في البلد C؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. يقوم المشتري والبائع معاً بدفع رسوم خدمات التوسط الرقمية.	طلب أحد المستهلكين باترون حياكة من مستهلك غير مقيم عبر Ravelry (متمركزة خارج بلدي المشتري والبائع).	واردات مطلوبة رقمياً من البلد B (2.2 & 2.2.a)؛ واردةات مسلمة رقمياً من البلد B (3 & 3.a)؛ واردةات مطلوبة ومسلمة رقمياً من البلد B (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات مطلوبة رقمياً إلى البلد A (2.2 & 2.2.a)؛ صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3 & 3.a)؛ صادرات مطلوبة ومسلمة رقمياً إلى البلد A (4)؛ واردةات خدمات توسط رقمية من البلد C (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A والبلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).
٣٣	خدمة	نعم	نعم	نعم	C2C	قام مستهلك في البلد A بشراء خدمة من مستهلك في البلد A عبر DIP متمرّكة في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً. في هذه الحالة، لا يهم ما إذا كان المشتري أو البائع هو من يدفع مقابل خدمات التوسط الرقمية.	طلب أحد المستهلكين برمجيات قابلة للتنزيل رقمياً (مثلاً، برمجيات صور) من مستهلك مقيم آخر عبر DIP غير مقيمة. لا تسجل سوى خدمات التوسط الرقمية كتجارة دولية.	واردات خدمات توسط رقمية من البلد B (2.2; 3; 4 & 4.a).	صادرات خدمات توسط رقمية إلى البلد A (2.2; 3; 4 & 4.a).	غير منطبق
٣٤	خدمة	لا	لا	نعم	B2B	قامت شركة في البلد A بتأدية طلبية من خارج الإنترنت للحصول على خدمة مباشرة من مورّد في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً.	اشترت إحدى الشركات خدمات استشارية مخصصة من مورّد غير مقيم عبر رسالة بالبريد الإلكتروني منضّدة يدوياً.	واردات مسلمة رقمياً من البلد B (3).	صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3).	غير منطبق
٣٥	خدمة	لا	لا	نعم	B2C	قام مستهلك في البلد A بتأدية طلبية من خارج الإنترنت للحصول على خدمة مباشرة من مورّد في البلد B؛ يتم تسليم الخدمة رقمياً.	اشترى طالب أجنبي، عبر مكالمة هاتفية، خدمات تعليمية من شخص غير مقيم يوفرها من خلال محاضرات عبر الإنترنت.	واردات مسلمة رقمياً من البلد B (3).	صادرات مسلمة رقمياً إلى البلد A (3).	غير منطبق

الجدول ج-١: القائمة الموسّعة للخدمات القابلة للتسليم رقميًا في EBOPS ٢٠١٠

مكونات "التصنيف الموسّع لخدمات ميزان المدفوعات" (EBOPS ٢٠١٠)	مكونات "تعريف تبادل البيانات الإحصائية والبيانات الوصفية لهيكلية بيانات ميزان المدفوعات" (SDMX BOP DSD)	
6	SF	خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية
6.1	SF1	التأمين المباشر
6.1.1	SF11	التأمين على الحياة
6.1.2	SF12	التأمين على البضاعة المشحونة
6.1.3	SF13	أنواع التأمين المباشر الأخرى
6.2	SF2	إعادة التأمين
6.3	SF3	خدمات التأمين الريفية
6.4	SF4	خدمات المعاشات التقاعدية وخدمات الضمان المؤخّذ
6.4.1	SF41	خدمات المعاشات التقاعدية
6.4.2	SF42	خدمات الضمان المؤخّذ
7	SG	الخدمات المالية
7.1	SG1	الخدمات المالية المستوفاة ببنيًا وغيرها من الخدمات المالية
7.2	SG2	خدمات التوسط المالي المقاسة مُدَوَّرَةً (FISIM)
8	SH	رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر
8.1	SH1	رسوم ترخيص الماركات المسجلة والامتيازات التجارية
8.2	SH2	تراخيص استخدام نواتج الأبحاث والتطوير
8.3	SH3	تراخيص استنساخ و/أو توزيع البرمجيات الحاسوبية
8.4	SH4	تراخيص استنساخ و/أو توزيع المنتجات السمعية-البصرية وتلك المتصلة بها
8.4.1	SH41	تراخيص استنساخ و/أو توزيع المنتجات السمعية-البصرية
8.4.2	SH42	تراخيص استنساخ و/أو توزيع منتجات أخرى
9	SI	خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات
9.1	SI1	خدمات الاتصالات
9.2	SI2	خدمات الحاسوب
9.2.1	SI21	البرمجيات الحاسوبية
a.9.2.1	SI21z	منها: الأصلات البرمجية
9.2.2	SI22	خدمات الحاسوب الأخرى
9.3	SI3	خدمات المعلومات
9.3.1	SI31	خدمات وكالات الأنباء
9.3.2	SI32	خدمات المعلومات الأخرى
10.1	SJ1	خدمات الأبحاث والتطوير
10.1.1	SJ11	الأعمال المنجزة على أساس منتظم لزيادة مخزون المعرفة
10.1.1.1	SJ111	تقديم خدمات مَوَافَقَة وغير مَوَافَقَة في الأبحاث والتطوير
10.1.1.2	SJ112	مبيعات حقوق الملكية الناشئة عن الأبحاث والتطوير
10.1.1.2.1	SJ1121	براءات الاختراع
10.1.1.2.2	SJ1122	حقوق التأليف والنشر الناشئة عن الأبحاث والتطوير

مكونات "التصنيف الموسع لخدمات ميزان المدفوعات" (٢٠١٠ EBOPS)	مكونات "تعريف تبادل البيانات الإحصائية والبيانات الوصفية لهيكلية بيانات ميزان المدفوعات" (SDMX BOP DSD)	
10.1.1.2.3	SJ1123	العمليات الضبطية الصناعية والتصاميم الصناعية
10.1.1.2.4	SJ1124	مبيعات حقوق أخرى للملكية ناشئة عن الأبحاث والتطوير
10.1.2	SJ12	خدمات أخرى في الأبحاث والتطوير
10.2	SJ2	خدمات الاستشارات المهنية والتدبرية
10.2.1	SJ21	الخدمات القانونية والمحاسبية وخدمات الاستشارات التدبرية وخدمات العلاقات العامة
10.2.1.1	SJ211	الخدمات القانونية
10.2.1.2	SJ212	خدمات المحاسبة والتدقيق المحاسبي ومسك الدفاتر والاستشارات الضريبية
10.2.1.3	SJ213	خدمات الاستشارات الأعمال والتدبرية والعلاقات العامة
10.2.2	SJ22	خدمات الدعاية وأبحاث التسويق واستطلاعات الرأي العام
10.2.2.1	SJ22z	منها: خدمات تنظيم المؤتمرات والأسواق والمعارض التجارية
10.3.1	SJ31	الخدمات المعمارية والهندسية والعلمية وغيرها من الخدمات التقنية
10.3.1.1	SJ311	الخدمات المعمارية
10.3.1.2	SJ312	الخدمات الهندسية
10.3.1.3	SJ313	الخدمات العلمية وغيرها من الخدمات التقنية
10.3.4	SJ34	الخدمات المتصلة بالتجارة
10.3.5	SJ35	خدمات الأعمال الأخرى غير المذكورة في مكان آخر
10.3.5.1	SJ35z	منها: خدمات التوظيف، أي البحث عن الموظفين وتنسيبهم وتوفيرهم
11.1	SK1	الخدمات السمعية-البصرية والخدمات المتصلة بها
11.1.1	SK11	الخدمات السمعية-البصرية
a.11.1.1	SK11z	منها: الأصول السمعية-البصرية
11.1.2	SK12	الخدمات المتصلة بالفنون
11.2.1	SK21	الخدمات الصحية
11.2.2	SK22	الخدمات التعليمية
11.2.3	SK23	الخدمات الترفيهية والترفيهية
		الخدمات القابلة للتسليم رقمياً والمستهلكة خارج البلاد (النمط 2)
		السفر: بحسب الغرض من السفر
4.1	SDA	قضاء أعمال
4.1.1	SDA1	حيازة سلع وخدمات عبر عمال عبر الحدود وعمال موسمين وغيرهم من العمال القصيري الأجل
4.1.2	SDA2	غيرها (سفر لقضاء أعمال)
4.2	SDB	غرض شخصي
4.2.1	SDB1	متصل بالصحة
4.2.2	SDB2	متصل بالتعليم
4.2.3	SDB3	غيرها (سفر شخصي)
		السفر - استعراض بديل: بحسب المنتج
4a.5	SD5	خدمات أخرى
4a.5.1	SD5z	منها: خدمات صحية
4a.5.2	SD5y	منها: خدمات تعليمية

الملحق د: جدول التوزيع بحسب نمط التوريد للخدمات القابلة للتسليم رقمياً

الجدول د-١: ما يوصى به من توزيع فرضائي بحسب نمط التوريد للخدمات القابلة للتسليم رقمياً في EBOPS ٢٠١٠ بحسب نموذج Eurostat-WTO				
النسبة المئوية من إجمالي التجارة في كل مكون EBOPS ٢٠١٠				
المكون	توصيف EBOPS ٢٠١٠	النمط ١	النمط ٢	النمط ٣
الخدمات القابلة للتسليم رقمياً المورد عبر الحدود (النمط ١)				
SF	خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية	100		
SF1	التأمين المباشر	100		
SF11	التأمين على الحياة	100		
SF12	التأمين على البضاعة المشحونة	100		
SF13	أنواع التأمين المباشر الأخرى	100		
SF2	إعادة التأمين	100		
SF3	خدمات التأمين الرديفة	100		
SF4	خدمات المعاشات التقاعدية وخدمات الضمان الموحد	100		
SF41	خدمات المعاشات التقاعدية	100		
SF42	خدمات الضمان الموحد	100		
SG	الخدمات المالية	100		
SG1	الخدمات المالية المستوفاة بينياً وغيرها من الخدمات المالية	100		
SG2	خدمات التوسط المالي المقاسة مُداورةً (FISIM)	100		
SH	رسوم استخدام الملكية الفكرية غير المذكورة في مكان آخر	100		
SH1	رسوم ترخيص الماركات المسجلة والامتيازات التجارية	100		
SH2	تراخيص استخدام نواتج الأبحاث والتطوير	100		
SH3	تراخيص استنساخ و/أو توزيع البرمجيات الحاسوبية	100		
SH4	تراخيص استنساخ و/أو توزيع المنتجات السمعية-البصرية وتلك المتصلة بها	100		
SH41	تراخيص استنساخ و/أو توزيع المنتجات السمعية-البصرية	100		
SH42	تراخيص استنساخ و/أو توزيع منتجات أخرى	100		
SI	خدمات الاتصالات والحاسوب والمعلومات	80		20
SI1	خدمات الاتصالات	100		
SI2	خدمات الحاسوب	75		25
SI21	البرمجيات الحاسوبية	75		25
SI21z	منها: الأصلية البرمجية	100		
SI22	خدمات الحاسوب الأخرى	75		25
SI3	خدمات المعلومات	100		
SI31	خدمات وكالات الأنباء	100		
SI32	خدمات المعلومات الأخرى	100		
SJ	خدمات أعمالية أخرى	80		20
SJ1	خدمات الأبحاث والتطوير	90		10
SJ11	الأعمال المنجزة على أساس منتظم لزيادة مخزون المعرفة	90		10
SJ111	تقديم خدمات مؤمنة وغير مؤمنة في الأبحاث والتطوير	90		10
SJ112	مبيعات حقوق الملكية الناشئة عن الأبحاث والتطوير	100		
SJ1121	براءات الاختراع	100		
SJ1122	حقوق التأليف والنشر الناشئة عن الأبحاث والتطوير	100		

المكوّن	توصيف EBOPS ٢٠١٠	النمط ١	النمط ٢	النمط ٣	النمط ٤
SJ1123	العمليات الضبطية الصناعية والتصاميم الصناعية	100			
SJ1124	مبيعات حقوق أخرى للملكية ناشئة عن الأبحاث والتطوير	100			
SJ12	خدمات أخرى في الأبحاث والتطوير	90			10
SJ2	خدمات الاستشارات المهنية والتدبرية	75			25
SJ21	الخدمات القانونية والمحاسبية وخدمات الاستشارات التدبرية وخدمات العلاقات العامة	75			25
SJ211	الخدمات القانونية	75			25
SJ212	خدمات المحاسبة والتدقيق المحسبي ومسك الدفاتر والاستشارات الضريبية	75			25
SJ213	خدمات الاستشارات الأعمالية والتدبرية والعلاقات العامة	75			25
SJ22	خدمات الدعاية وأبحاث التسوق واستطلاعات الرأي العام	75			25
SJ22z	منها: خدمات تنظيم المؤتمرات والأسواق والمعارض التجارية	75			25
SJ3	الخدمات التقنية، والخدمات المتصلة بالتجارة، وغيرها من الخدمات الأعمالية	80			20
SJ31	الخدمات المعمارية والهندسية والعلمية وغيرها من الخدمات التقنية	75			25
SJ311	الخدمات المعمارية	75			25
SJ312	الخدمات الهندسية	75			25
SJ313	الخدمات العلمية وغيرها من الخدمات التقنية	75			25
SJ34	الخدمات المتصلة بالتجارة	100			
SJ35	خدمات الأعمال الأخرى غير المذكورة في مكان آخر	75			25
SJ35z	منها: خدمات التوظيف، أي البحث عن الموظفين وتنسيبهم وتوفيرهم	75			25
SK	الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية	75			25
SK1	الخدمات السمعية-البصرية والخدمات المتصلة بها	70	10		20
SK11	الخدمات السمعية-البصرية	70	10		20
SK11z	منها: الأصليات السمعية-البصرية	100			
SK12	الخدمات المتصلة بالفنون	70	10		20
SK2	خدمات شخصية وثقافية وترفيهية أخرى	75			25
SK21	الخدمات الصحية	75			25
SK22	الخدمات التعليمية	75			25
SK23	الخدمات الترفيهية والترفيهية	75			25

الخدمات القابلة للتسليم رقمياً المستهلكة خارج البلاد (النمط 2) والمُعاد تشفيرها في باب "السفر" (SD)

السفر: بحسب الغرض من السفر

SDA	قضاء أعمال		100		
SDA1	حيازة سلع وخدمات عبر عمال عبر الحدود وعمال موسميّين وغيرهم من العمال القصيري الأجل		100		
SDA2	غيرها (سفر لقضاء أعمال)		100		
SDB	غرض شخصي		100		
SDB1	متّصل بالصحة		100		
SDB2	متّصل بالتعليم		100		
SDB3	غيرها (سفر شخصي)		100		
	السفر - استعراض بديل: بحسب المنتج		100		
SD5	خدمات أخرى		100		
SD5z	منها: خدمات صحية		100		
SD5y	منها: خدمات تعليمية		100		

ملاحظة: للحصول على تفسيرات لأنماط التوريد الأربعة للخدمات، راجع المؤطر ٢-٢ في الفصل ٢.

المصدر: Eurostat (٢٠٢١أ).

الملحق هـ: استبيان – الإدارة العامة للجمارك الصينية («China Customs»)

١ معلومات أساسية									
١-١ تدفّق التجارة		☐ تصدير فقط		☐ استيراد فقط		☐ تصدير واستيراد			
٢-١ نوع مؤسسة الأعمال		☐ منشأة ذاتية الإنشاء/ذاتية التشغيل		☐ منشأة طرف ثالث		☐ بائع تجارة إلكترونية		ميسر تجارة إلكترونية	
٣-١ الجهات المشاركة		١-٣-١ المنشآت		الرقم التسلسلي		الاسم		عنوان موقع الويب	
				١		(حيث تُطلب السلع)			
				٢					
				...					
٢-٣-١ البائعون		الرقم التسلسلي		الاسم		عنوان موقع الويب		الحصة (%)	
		١		(حيث تُطلب السلع)					
		٢							
		...							
٣-٣-١ الميسرون									
١-٣-٣-١ الأنواع		☐ لوجستيات		☐ الإجراءات الجمركية فقط		☐ الدفع		☐ غيرها	
٢-٣-٣-١ الزبائن									
١-٢-٣-٣-١ منشآت		الرقم التسلسلي		الاسم		عنوان موقع الويب		الحصة (%)	
		١		(حيث تُطلب السلع)					
		٢							
		...							
٢-٢-٣-٣-١ بائعون		الرقم التسلسلي		الاسم		رقم التسجيل		الحصة (%)	
		١							
		٢							
		...							
٢ التصدير والاستيراد بحسب نمط الإفراج الجمركي									
نمط الإفراج الجمركي		تصدير (القيمة)		استيراد (القيمة)					
١-٢ المجموع									
١-٢-٢ تصريح وإفراج كسلع CBEC (شيفرات الإجراءات الجمركية ٩٦١٠ و ١٢١٠ و ١٢٣٩ و ٩٧١٠ و ٩٨١٠)									
٢-٢-٢ إفراج لا كسلع CBEC									
١-٢-٢-٢ إفراج كشحنة عامة									
٢-٢-٢-٢ إفراج كطرود بريد سريع أو عادي									

٣ التصدير والاستيراد من جانب البلدان والأقاليم الشريكة					
المنشأ الرئيسي للاستيراد			الوجهة الرئيسية للتصدير		
الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)	الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)
١			١		
٢			٢		
...			...		
٤ التصدير والاستيراد بحسب المواقع المحلية في الصين					
المنشأ المحلية الرئيسية للتصدير			الوجهات المحلية الرئيسية للاستيراد =		
الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)	الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)
١			١		
٢			٢		
...			...		
٥ التصدير والاستيراد بحسب الاستخدام الختامي					
تصدير			استيراد		
١-٥ المجموع (القيمة)					
٢-٥ كسلع للمستهلك (القيمة)					
الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)	الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)
	الملابس والأحذية والحقائب وأكسسوارات المجوهرات			أغذية طازجة	
	الهواتف النقالة والحواسيب وغيرها من المنتجات الرقمية			الحليب المجفف	
	التجهيزات المنزلية والمكتبية			مستحضرات التجميل والعلطور ولوازم العناية اليومية	
	المنزل والمطبخ			الأدوية والمنتجات الصحية والأدوات الطبية	
	الأدوية والمنتجات الصحية والأدوات الطبية			الهواتف النقالة والحواسيب وغيرها من المنتجات الرقمية	
	لعب الأطفال ومنتجات الأم والرضع ما عدا الحليب المجفف			التجهيزات المنزلية والمكتبية	
	الرياضة وأنشطة الهواء الطلق			الملابس والأحذية والحقائب وأكسسوارات المجوهرات	
	أواني البستنة والتحسين المنزلي			لعب الأطفال ومنتجات الأم والرضع ما عدا الحليب المجفف	
	لوازم السيارات			غير ذلك	
	غير ذلك			-	
٣-٥ كمدخل للإنتاج (القيمة)					
الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)	الرقم التسلسلي	الاسم	الحصة (%)
	سلع وسيطة: أولية			سلع وسيطة: أولية	
	سلع وسيطة: معالجة			سلع وسيطة: معالجة	
	سلع رأسمالية			سلع رأسمالية	
٦- توقعات وتعليقات					
١-٦ توقعات حول منحى مؤسسة الأعمال			مثل الفترة الحالية		
			□ إلى ارتفاع □ إلى انخفاض		
			□ بأقل من ٥٪ □ بأقل من ٥٪		
			□ بنسبة ٥٪ - ٢٠٪ □ بنسبة ٥٪ - ٢٠٪		
			□ بنسبة ٢٠٪ وما فوق □ بنسبة ٢٠٪ وما فوق		
٢-٦ تعليقات					

نوع خدمة التعهيد	تعهيد تكنولوجيا المعلومات (ITO) ☐ خدمات الأبحاث والتطوير في تكنولوجيا المعلومات ☐ خدمات التشغيل والصيانة في تكنولوجيا المعلومات ☐ خدمات تطوير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	
	تعهيد العمليات (BPO) ☐ خدمات التدبير الداخلي ☐ خدمات العمليات التشغيلية ☐ خدمات التصليح والصيانة	
	تعهيد عمليات المعرفة (KPO) ☐ الخدمات التشغيلية ☐ خدمات التصميم ☐ خدمات الأبحاث والتطوير	
الشركة الزبون	اسم الشركة الزبون _____ موقع التسجيل ١. الصين (المدينة: _____) ٢. خارج البلاد (البلد _____ المدينة _____) نوع الصناعة (GB/T ٤٧٥٤-٢٠١١) ☐ A الزراعة، الحراجة، تربية الدواجن، مصائد الأسماك ☐ B التعدين ☐ C التصنيع ☐ D إنتاج الكهرباء والحرارة والغاز والمياه وإمدادها ☐ E البناء ☐ F تجارة الجملة والمفروق ☐ G خدمات النقل والتخزين والبريد ☐ H الإقامة والطعام ☐ I خدمات نقل المعلومات، والبرمجيات، وتكنولوجيا المعلومات ☐ J الخدمات المالية ☐ K الأملاك العقارية ☐ L خدمات التأجير والأعمال ☐ M خدمات البحث العلمي والتقني ☐ N تدبير المياه والبيئة والمرافق العامة ☐ O الخدمات السكنية والتوصيلات والخدمات الأخرى ☐ P التعليم ☐ Q الصحة والعمل الاجتماعي ☐ R الثقافة والرياضة والترفيه ☐ S الإدارة العامة والضمان الاجتماعي والمنظمات الاجتماعية ☐ T المنظمات الدولية	
التنفيذ	التاريخ _____ السنة _____ الشهر _____ اليوم _____ رقم الإيصال المصرفي بالأرباح التداولية _____ القيمة بالدولار الأمريكي _____ الأرباح التداولية بالدولار الأمريكي _____ القيمة الإجمالية بالدولار الأمريكي _____	

الجدول و ١: أداء التجارة الرقمية في الصين لعام ٢٠٢١

الواردات (مليارات الدولارات الأمريكية)	الصادرات (مليارات الدولارات الأمريكية)	
...	...	مطلوبة رقميًا
٨٢,٤	٢١٥,٧	سلع
...	...	خدمات، غير مسجلة رقميًا
...	٥٥,٠	خدمات مسجلة رقميًا
...	...	مطلوبة رقميًا
...	...	غير مطلوبة رقميًا

ملاحظة: البيانات الخاصة بالسلع المطلوبة رقميًا مستقاة من الإدارة العامة للجمارك الصينية.

المصدر: MOFCOM.

البند ٣: تطوير التجارة الرقمية في الصين

تماشيًا مع نموذج الإبلاغ الموصى به في هذا الكتيب، تتوافق البيانات المجمعة من جزاء تعهيد تكنولوجيا المعلومات (ITO) مع الصادرات المسجلة رقميًا، على الرغم من أن التمييز غير مُتاح، في هذه المرحلة، بين الخدمات المطلوبة رقميًا والخدمات غير المطلوبة رقميًا، كما أنه من غير الممكن تقسيم البيانات بحسب القطاع المؤسسي.

الملحق ز: استبيان – إدارة الضرائب في جامايكا (TAJ) وبنك جامايكا

يقدم الجدول حَبْكَنة أوليّة بين البنود المدرجة في حسابات «الخدمات» وحسابات «الدخل الأساسي» ضمن ميزان المدفوعات (الصادرات فقط) وبين بيانات إداريّة من استثمارات ضريبيّة مخصوصة. الفكرة الرئيسيّة وراء الحبكة هي تركيب مُنابات للتجارة المطلوبة رقميًا كما التجارة المسلّمة رقميًا لكلّ من بنود خدمات ميزان المدفوعات. لم تروّز هذه المقاربة بعد، ولم تستوثّق المُنابات الناجمة عنها في ضوء الإحصاءات الرسميّة المتّصلة بالتجارة الإلكترونيّة أو الخدمات المسلّمة رقميًا.

الجدول ز - ١: حبكة بيانات إداريّة (عائدات ضريبيّة) ببيانات خدمات ميزان المدفوعات	
حساب "الخدمات" بحسب الفئة	البيانات الإداريّة المقابلة المستلّة من الاستثمارات الضريبيّة ^أ
صادرات الخدمات	
١- النقل (ركّاب وبضائع وغيرهما)	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 20 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
بحرًا	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 20 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
جوا	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 20 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
غير ذلك	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 20 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
٢- السفر (النفقات المقدّرة بحسب الزوّار، مصدرها JTB)	
لقضاء أعمال	الاستمارة GCT 4D للعائدات، القسم D، السطر 37 (عائدات GCT من الخدمات السياحيّة المستوردة) الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
لغرض شخصي	الاستمارة GCT 4D للعائدات، القسم D، السطر 37 (عائدات GCT من الخدمات السياحيّة المستوردة) الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
٣- خدمات الاتّصالات	
بريديّة	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
عن بُعد	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
غير ذلك	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22 الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
٤- خدمات البناء	
(تقدّر حاليًا بـ ١٥٪ من تدفّقات الاستثمار الأجنبيّ المباشر)	عائدات GCT من أنشطة البناء الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
البناء خارج البلاد	
البناء في الاقتصاد المراكم	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22
٥- خدمات التأمين	
على الحياة	الاستمارة GCT 4E للعائدات، القسم D، السطر 33 (عائدات GCT من خدمات التأمين المستوردة) الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
على البضاعة المشحونة	الاستمارة الثانية IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 33

غير ذلك	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 33
إعادة التأمين	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 33
تأمين رديف	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 33
٦- الخدمات المالية	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22
٧- خدمات الحاسوب والمعلومات	الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22
٨- الإتاوات ورسوم الترخيص	الاستمارة IT14، مدفوعات متفرقة لغير مقيمين
٩- خدمات أعمالية أخرى	١- الاستمارة GCT 4A للعائدات، القسم D، السطر 22 ٢- الاستمارة S04، السطر 36، دخل مُجتنى من مصادر خارج الجزيرة
١٠- خدمات شخصية وثقافية وترفيهية	الاستمارة S04، السطر 36، دخل مُجتنى من مصادر خارج الجزيرة
١١- الخدمات الحكومية	الاستمارة 4H، سلع وخدمات مقتناة
المصدر: بنك جامايكا.	

الملحق ح: استبيان - المعهد الوطني الإحصائي للإحصاء (Instituto Nacional de Estadística)

وحدة الاستبيان الوظيفية ICT-H

حول التجارة الإلكترونية

تقترح وحدة الاستبيان الوظيفية ICT-H، المخصصة للتجارة الإلكترونية، الأسئلة الأربعة عشر أدناه. تُطرح أسئلة التجارة الإلكترونية على المجيب بالصيغة الآتية:

تتناول الأسئلة الواردة في هذا الجزء مشتريات منتجات وخدمات عبر الإنترنت (موقع الويب أو التطبيق) أُجِزت لأغراض خاصة. تستثني المشتريات المتصلة بالعمل والمشتريات الحرة.

يشار إلى أنّ الاتصال واتفاقية الشراء مع الشركات كما الأشخاص الطبيعيين (مثلاً، Airbnb، Facebook Marketplace، HomeAway، إلخ) يجب أن يتمّ عبر تطبيق أو عبر منصة توسط رقمية (DIP). يجب استبعاد الطلبات المؤداة عبر البريد الإلكتروني أو WhatsApp أو المكالمات الهاتفية، أو المؤداة «شخصياً».

لا لزوم بالضرورة لإجراء الدفع عبر الإنترنت (أي وسيلة شائعة للدفع مقبولة).

١. هل سبق لك إطلاقاً، لأغراض خاصة، شراء منتجات أو خدمات عبر الإنترنت؟

الإجابات الممكنة: نعم/لا

٢. متى كانت آخر مرة اشتريت فيها منتجاً أو خدمة عبر الإنترنت؟

الإجابات الممكنة: في الأشهر الثلاثة الماضية؛ قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقل من عام؛ قبل أكثر من عام

٣. هل اشتريت أو طلبت عبر الإنترنت، كمشتريات خاصة، أيّاً من المنتجات المدرجة أدناه بصيغة مادية؟ يرجى ذكر عمليات الشراء عبر الإنترنت من شركات كما أفراد، وعند الاقتضاء، آخر عملية شراء أُجريت.

الإجابات الممكنة لكل من المنتجات المادية المذكورة أدناه: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقل من عام؛ لا

- ملابس (بما في ذلك الملابس الرياضية) وأحذية وأكسسوارات (مثل الحفائب والمجوهرات)
- معدّات رياضية (ما عدا الملابس الرياضية)
- ألعاب أطفال أو لوازم رعاية الأطفال (مثل الحفاضات، وقناني الرضاعة، والعربات)
- مفروشات أو أكسسوارات منزلية (كالسجاد أو الستائر) أو لوازم بستنة (كالعدّة والشتول)
- موسيقى على وسائط مادية: أقراص مضغوطة وتسجيلات فينيل وما إلى ذلك
- أفلام ومسلسلات تلفزيونية على وسائط مادية: أقراص DVD و Blu-ray وما إلى ذلك
- كتب أو مجلّات أو صحف مطبوعة على وسائط مادية
- حواسيب وحواسيب لوحية وهواتف نقالة أو ملحقاتها
- معدّات إلكترونية (كأجهزة التلفزيون وأنظمة الصوت والكاميرات) أو أجهزة منزلية (كالغسّالات)
- أدوية أو مكملات غذائية، كالفيتامينات (تستثنى معاملات تجديد الوصفات الطبية عبر الإنترنت)
- توصيلات من مطاعم وسلاسل وجبات سريعة وخدمات تموين
- أطعمة ومشروبات من متاجر أو سوبر ماركت
- مستحضرات تجميل ومنتجات هندمة ولياقة صحّية
- منتجات تنظيف أو نظافة شخصية (مثل فراشي الأسنان، المناديل، المنظّفات، أقمشة التنظيف)
- درّاجات أو سيارات أو مركّبات أخرى أو قطع غيارها
- منتجات مادية أخرى

٤. هل اشتريت أيّاً من المنتجات المذكورة أعلاه من فرد عبر موقع ويب أو تطبيق (مثلاً عبر eBay أو Facebook Marketplace)؟

الإجابات الممكنة: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقل من عام؛ لا

٥. بالنسبة إلى المنتجات المذكورة أعلاه والمطلوبة أو المقتناة خلال الأشهر الثلاثة الماضية، ممّن قمت بشرائها؟ يرجى تضمين عمليات الشراء عبر الإنترنت من شركات كما أفراد.

الإجابات الممكنة: نعم/لا

٧. هل اشتريت أو اشتركت في أيّ من المنتجات الآتية للاستخدام الخاص عبر موقع ويب أو تطبيق في الأشهر الثلاثة الماضية؟ الإجابات الممكنة: نعم/لا

(أ) تذاكر لمباريات رياضية

(ب) تذاكر لأحداث ثقافية أو غيرها (أفلام، حفلات موسيقية، معارض، غير ذلك)

(ج) اشتراكات في الإنترنت أو اتصالات بالهاتف النقّال

(د) اشتراكات في إمدادات كهرباء أو مياه أو غاز

٨. لأغراض خاصّة، هل استأجرت (بعد التواصل والتوافق)

عبر موقع ويب أو تطبيق أية خدمة منزلية (كالتنظيف، ورعاية الأطفال، والتوصيلات، والبستنة)؟

الإجابات الممكنة: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقلّ من عام؛ لا

(أ) من مزود خدمة

(ب) من فرد (مثلاً عبر Facebook Marketplace)

٩. هل استخدمت موقع ويب أو تطبيقاً لاستئجار خدمة

نقل (بالسيارة مثلاً) لأغراض خاصّة؟

الإجابات الممكنة: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقلّ من عام؛ لا

(أ) بائعون وطنيون (بما في ذلك مواقع إلكترونية وطنية لشركات متعدّدة الجنسيات، مثل «أمازون إسبانيا»)

(ب) بائعون من بلدان أخرى في الاتحاد الأوروبي

(ج) بائعون من بقية العالم

(د) بلد منشأ البائع غير معروف

٦. هل اشتريت أو اشتركت في أيّ من المنتجات الآتية

للاستخدام الخاص عبر موقع ويب أو تطبيق في الأشهر الثلاثة الماضية؟ تستثنى الاشتراكات المجانية.

الإجابات الممكنة: نعم/لا

(أ) موسيقى دقّية أو محمّلة

(ب) أفلام أو مسلسلات تلفزيونية دقّية أو محمّلة

(ج) ألعاب عبر الإنترنت، بما في ذلك ألعاب التحميل على الهواتف الذكية أو الحواسيب أو الحواسيب اللوحية أو عارضات التحكّم

(د) تنزيلات برمجيات، بما في ذلك التحديثات

(هـ) تطبيقات متعلّقة بالصحة أو اللياقة البدنية

(و) تطبيقات أخرى (مثلاً تلك المتعلّقة بتعلّم اللغات أو السفر)

الجدول ح - ١: نتائج مسح ICT-H: مشتريات الإنترنت بحسب الخصائص الديموغرافية وحيّز القيمة (٢٠٢٠)

الأشخاص الذين أجروا عمليات شراء عبر الإنترنت في الأشهر الثلاثة الماضية (عدد الأشخاص والنسبة المئوية)	مجموع الأشخاص (١٦-٧٤ عاماً) (عدد الأشخاص والنسبة المئوية)	
١٨.٩٦٥.٩٧٧	٣٥.٢٣٨.٢٨٨	مجموع الأشخاص
١٧,٩%	٩,٦%	أقلّ من ٥٠ يورو
٢١,٢%	١١,٤%	من ٥٠ يورو إلى أقلّ من ١٠٠ يورو
٢٧,٩%	١٥,٠%	من ١٠٠ يورو إلى أقلّ من ٣٠٠ يورو
١٣,٤%	٧,٢%	من ٣٠٠ يورو إلى أقلّ من ٥٠٠ يورو
٥,٣%	٢,٩%	من ٥٠٠ يورو إلى أقلّ من ١٠٠٠ يورو
٢,٨%	١,٥%	أكثر من ١٠٠٠ يورو
٤,٧%	٢,٥%	غير معروف/لا إجابة
٦,٩%	٣,٧%	لا مشتريات عبر الإنترنت في الأشهر الثلاثة الماضية

المصدر: INE

أ) من شركة نقل أو شركة حافلات أو شركة طيران أو خدمة سيارات أجرة أو سائق (مثلاً Uber، Cabify، Free Now) (ب) من فرد (مثلاً Amovens، Blablacar)

١٠. هل استخدمت موقع ويب أو تطبيقًا لحجز مبيت (غرفة، شقة، منزل، إلخ) لأغراض خاصة؟

الإجابات الممكنة: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقل من عام؛ لا
أ) لدى شركة، مثل فندق أو وكالة سفر
ب) لدى فرد (مثلاً HomeAway، Airbnb)

١١. هل استأجرت أي خدمة أخرى، لم تُذكر من قبل، لأغراض خاصة (باستثناء الخدمات المالية والتأمينية) عبر موقع ويب أو تطبيق؟

الإجابات الممكنة: نعم، في الأشهر الثلاثة الماضية؛ نعم، قبل أكثر من ثلاثة أشهر وأقل من عام؛ لا

١٢. كم مرة قمت بشراء أو طلب سلع أو خدمات عبر الإنترنت لأغراض خاصة خلال الأشهر الثلاثة الماضية؟
الإجابات الممكنة:

- أ) مرة أو مرتين
- ب) ثلاث إلى خمس مرات
- ج) ست إلى عشر مرات
- د) أكثر من عشر مرات

١٣. باستثناء شراء الأسهم والأصول المالية الأخرى، ما هي القيمة الإجمالية للسلع والخدمات التي اشتريتها أو طلبتها عبر الإنترنت لأغراض خاصة في الأشهر الثلاثة الماضية؟
الإجابات الممكنة:

- أ) أقل من ٥٠ يورو
- ب) من ٥٠ يورو إلى أقل من ١٠٠ يورو
- ج) من ١٠٠ يورو إلى أقل من ٣٠٠ يورو
- د) من ٣٠٠ يورو إلى أقل من ٥٠٠ يورو
- هـ) من ٥٠٠ يورو إلى أقل من ٧٠٠ يورو
- و) من ٧٠٠ يورو إلى أقل من ١٠٠٠ يورو
- ز) أكثر من ١٠٠٠ يورو
- ح) غير معروف/لا إجابة

١٤. هل أدّيت أيًا من الأنشطة المالية الآتية عبر الإنترنت لأغراض خاصة في الأشهر الثلاثة الماضية (تستثنى المعاملات عبر البريد الإلكتروني)؟

الإجابات الممكنة: نعم/لا

أ) شراء أو بيع أسهم أو سندات أو أوراق مالية أو غيرها من منتجات الاستثمار المالي

ب) الاكتتاب في بوالص تأمين أو تجديد بوالص حاليّة، بما في ذلك تلك المقدّمة كمرزومة مع خدمة أخرى (مثلاً تأمين سفر مقدّم مع تذكرة طيران)

ج) إبرام عقد لقرض أو رهن أو الحصول على ائتمان من بنك أو مورد مالي آخر

حواشٍ ختامية

١. يستند هذا الملحق إلى كتيب OECD حول مراكمة جداول العرض والاستخدام الرقمية (OECD, 2023).
٢. سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الرقمية مدرجة بحسب قائمة CPC Rev.2.1 الخاصة بمنتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (UN, 2015).
٣. يمكن مراجعة الإعلان الوزاري على الرابط http://www.g20.utoronto.ca/2020/G20SS_Declaration_G20_Digital_Economy_Ministers_Meeting_EN.pdf.
٤. الوثائق المتعلقة بعملية مراجعة نظام الحسابات القومية متاحة على <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/Towards2025.asp>.
٥. للحصول على تعريف مفصل لكل صناعة، راجع كتيب OECD حول جداول العرض والاستخدام الرقمية (OECD, 2023).
٦. على سبيل المثال، كندا وهولندا وأيرلندا.
٧. راجع <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/snaupdate/dztt.asp>، الملاحظة الإرشادية DZ.5.
٨. راجع - <https://www.jamaicatax.gov.jm/web/guest/forms> : Forms - TAJ Portal (jamaicatax.gov.jm)

المراجع



Adhinugroho, Y., Putra, A. P., Luqman, M., Ermawan, G. Y., Takdir, S. M. and Pramana, S. (2020), "Development of online travel Web scraping for tourism statistics in Indonesia", *Information Research*, 25(4), paper 885. Retrieved at <https://doi.org/10.47989/irpaper885>.

Ahmad, N. and Schreyer, P. (2016), "Measuring GDP in a Digitalised Economy", *OECD Statistics Working Papers*, No. 2016/07, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/5jlwqd81d09r-en>.

Bank of Jamaica (1960), *The Bank of Jamaica Act*, <https://boj.org.jm/wp-content/uploads/2019/07/BANK-OF-JAMAICA-ACT.pdf>

Bank of Jamaica (2022), *Balance of Payments*, <https://boj.org.jm/statistics/external-sector/balance-of-payments/>.

Bank of Uganda (2018), "Mobile Money in External Sector Statistics: Pilot Survey Results", Thirty-First Meeting of the IMF Committee on Balance of Payments Statistics, Washington D.C.: IMF. Retrieved from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2018/pdf/18-06.pdf>.

Boffa, M., De Borja, F. and Piotrowski, L. (2021), *Postal economic outlook 2021*, Berne: Universal Postal Union. Retrieved from <https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/postalEconomicOutlook2021En.pdf>.

Borga, M. and Koncz-Bruner, J. (2012), "Trends in digitally-enabled services", Bureau of Economic Analysis. Retrieved from <https://www.bea.gov/system/files/papers/Trends%20in%20Digitally%20Enabled%20Services.pdf>.

Brazilian Network Information Center (NIC.br), Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) and Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2022), *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian enterprises: ICT Enterprises 2021*, São Paulo: NIC.br, Cetic.br and CGI.br.

Bruner, J. and Grimm, A. (2019), "A Profile of U.S. Exporters and Importers of Services, 2017", *Survey of Current Business* 19(12), U.S. Bureau of Economic Analysis. Retrieved from <https://apps.bea.gov/scb/issues/2019/12-december/1219-services-exporters-importers.htm>.

Bukht, R. and Heeks, R. (2018), "Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy" *International Organisations Research Journal* 13(2):143-172. Retrieved from <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07> and <https://www.researchgate.net/publication/327356904>

Defining Conceptualising and Measuring the Digital Economy.

Burman, S. and Sølvsten Khalili, J. (2018), "Measuring Import of Digitally Enabled Services to Private Consumers", Paper prepared for the 35th IARIW General Conference, Copenhagen: IARIW. Retrieved from <http://old.iariw.org/copenhagen/khalili.pdf>.

Bustaman, U., Larasati, D. N., Putri, Z. H. S., Mariya, S., Takdir, Pramana, S. (2020), "Building Effective and Efficient Procedure for Preprocessing Marketplace Data", 2020 12th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE), Yogyakarta, Indonesia, 2020, pp. 186-191. Retrieved at <https://ieeexplore.ieee.org/document/9271717/>.

Casalini, F. and López González, J. (2019), "Trade and Cross-Border Data Flows", *OECD Trade Policy Papers*, No. 220, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1787/b2023a47-en>.

Central Statistics Office (CSO) (2022), "Household Expenditure on Digital Services 2020", Cork: CSO. Retrieved from <https://www.cso.ie/en/releasesandpublications/fp/fp-heds/householdexpenditureondigitalservices2020/>.

Coreynen, W., Matthyssens, P. and Van Bockhaven, W. (2017), "Boosting servitization through digitization: Pathways and dynamic resource configurations for manufacturers", *Industrial Marketing Management* 60:42-53. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.04.012>.

Corrado, C., Chiara, C., Haskel, J. and Jona-Lasinio, C. (2021), "New evidence on intangibles, diffusion and productivity", *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, No. 2021/10, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/de0378f3-en>.

de Bondt, H. and Mushkudiani, N. (2021), "Estimating the Value of Data in the Netherlands". Paper prepared for the IARIW-ESCoE Conference. Retrieved from https://iariw.org/wp-content/uploads/2021/10/bondt_paper.pdf.

Department of Statistics Malaysia (2019), "Income of e-commerce transactions by establishments in year 2017 recorded an annual growth rate of 6.0 per cent as compared to 2015", Putrajaya: Department of Statistics Malaysia (14 May 2019). Retrieved from <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/income-of-e-commerce-transactions-by-establishments-in-year-2017-recorded-an-annual-growth-rate-of-6.0-per-cent-as-compared-to-2015>.

Department of Statistics Malaysia (2021), "Income of E-

Commerce Transactions Surged 30.0 per cent in The First Quarter 2021", Putrajaya: Department of Statistics Malaysia (6 July 2021). Retrieved from <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/income-of-e-commerce-transactions-surged-30.0-per-cent-in-the-first-quarter-2021>.

Eurostat (2021a), *European business statistics compilers guide for European statistics on international supply of services by mode of supply – 2021 edition*, Luxembourg: Eurostat. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/ks-gg-21-025>.

Eurostat (2021b), "European Community Survey on ICT Usage and E-commerce in Enterprises, 2021", Luxembourg: Eurostat. Retrieved from <https://circabc.europa.eu/ui/group/4f80b004-7f0a-4e5a-ba91-a7bb40cc0304/library/f9dc8b66-a429-49e2-ae01-f7424ec389f0/details>.

Eurostat (2021c), "European Community Survey on the Use of ICT in Households and by Individuals", Luxembourg: Eurostat. Retrieved from <https://circabc.europa.eu/ui/group/4f80b004-7f0a-4e5a-ba91-a7bb40cc0304/library/c3ee2f7a-7cbe-454a-ae74-09a633da7dc1/details>.

Eurostat (2022), "World Trade in Services", Luxembourg: Eurostat (June 2022). Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=World_trade_in_services.

Eurostat (2023a), "Internet purchases – money spent (2020 onwards)". Luxembourg: Eurostat (7 March 2023). Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibm/default/table?lang=en.

Eurostat (2023b), "Internet purchases – origin of sellers (2020 onwards)", Luxembourg: Eurostat (7 March 2023). Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibos/default/table?lang=en.

G7 Germany (2022), "Compendium of approaches to improving competition in digital markets". Retrieved from https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/G7_Compendium.pdf;jsessionid=0D498E5EE97FF67C95A6E27DE8C99680.1_cid390?_blob=publicationFile&v=4.

G20 Research Group and University of Toronto (2017), *G20 Digital Economy Ministerial Declaration: Shaping Digitalisation for an Interconnected World*. Retrieved from <http://www.g20.utoronto.ca/2017/170407-digitalization.html>.

Gal, P., Nicoletti, G., Renault, T., Sorbe, S. and Timiliotis, C. (2019), "Digitalisation and productivity: In search of the holy grail – Firm-level empirical evidence from European countries", *OECD Economics Department Working Papers*, No. 1533, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/5080f4b6-en>.

General Administration of Customs of China (2022), Cross-border e-commerce import and export in 2021, <http://www.customs.gov.cn//customs/resource/cms/article/333551/4312152/2022042408355073518.doc>.

Grimm, A. (2016), "Trends in U.S. Trade in Information and Communications Technology (ICT) Services and in ICT-Enabled Services", Maryland: Bureau of Economic Analysis – U.S. Department of Commerce. Retrieved from https://apps.bea.gov/scb/pdf/2016/05%20may/0516_trends%20in%20us%20trade%20in%20ict%20services2.pdf.

Hagiu, A. and J. Weight (2015), "Multi-Sided Platforms", *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 43, 2015. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2794582.

Instituto Nacional de Estadística (n.d.(a)), *Community Survey on ICT Usage and E-commerce in enterprises. Methodological report*, https://www.ine.es/en/daco/daco42/comele/metocor_en.pdf. Chapter 6

Instituto Nacional de Estadística (n.d.(b)), *Household Budget Survey. Methodology*, https://www.ine.es/en/metodologia/t25/t2530p458_en.pdf. Chapter 6

Instituto Nacional De Estadística (2010), *Survey on Equipment and Use of Information and Communication Technologies in Households. Methodological report*, https://www.ine.es/en/metodologia/t25/t25304506610_en.pdf.

Instituto Nacional de Estadística (2015), *International Trade in Services Survey (ITSS). General methodology*, https://www.ine.es/en/metodologia/t37/t373019801_en.pdf.

Instituto Nacional de Estadística (2020), "Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y del Comercio Electrónico en las empresas 2020". Retrieved from https://www.ine.es/metodologia/t09/eticce1_20.pdf.

Instituto Nacional de Estadística (2021), *Statistics on Products in the Trade Sector. Standardised Methodological Report*, <https://www.ine.es/dynt3/metadatos/en/RespuestaDatos.html?oe=30233>.

Instituto Nacional de Estadística (2022a), *Statistics on Tourist Movement on the Borders and Tourist Expenditure Survey (FRONTUR-EGATUR). Methodology*, http://ine.es/en/daco/daco42/frontur/frontur_egatur_metodologia_en.pdf.

Instituto Nacional de Estadística (2022b), *Survey on ICT and Electronic Commerce use in Companies. Methodology*, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176743&menu=metodologia&idp=1254735576799.

Instituto Nacional de Estadística (2022c), “Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. Resultados”. Retrieved from https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176743&menu=resultados&idp=1254735576692.

International Monetary Fund (IMF) (2008), “G.5 Economic Ownership of Intellectual Property Products: Recording of Intra-MNE Transactions”, Washington, D.C.: International Monetary Fund. Retrieved from <https://www.imf.org/-/media/Files/Data/Statistics/BPM6/GZTT/g5-economic-ownership-of-intellectual-property-products-recording-of-intramne-transactions.ashx>.

International Monetary Fund (IMF) (2009), *Balance of Payments and International Investment Position Manual. Sixth Edition (BPM6)*, Washington, D.C.: IMF. Retrieved from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>.

International Monetary Fund (IMF) (2022), “Digitalization Task Team – DZ.8 Measurement of Cloud Computing in National Accounts” Washington, D.C.: International Monetary Fund. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/aeg/2022/M21/M21_20_DZ8_Cloud_Computing.pdf.

International Telecommunication Union (ITU) (2020), *Manual for Measuring ICT access and use by households and individuals*, Geneva: ITU. Retrieved from <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/manual.aspx>.

Li, W. (2018), “Typology of online platforms for future measurement of the value of data”, presented at the 2018 OECD Workshop on Online Platforms, Cloud Computing, and Related Products, September 6th, OECD, Paris.

López González, J. and Sorescu, S. (2021), “Trade in the time of parcels”. *OECD Trade Policy Papers*, No. 249, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/0faac348-en>.

López-González, J. and Jouanjean, M.-A. (2017), “Digital Trade: Developing a Framework for Analysis”, *OECD Trade Policy Papers*, No. 205, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/524c8c83-en>.

López González, J., S. Sorescu and P. Kaynak (2023), “Of bytes and trade: Quantifying the impact of digitalisation on trade”, *OECD Trade Policy Papers*, No. 273, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/11889f2a-en>.

Mann, M. and Cheung, D. (2019), “Measuring trade in services by Modes of Supply: A report on the parallel efforts by the U.S Bureau of Economic Analysis and the UK Office for National statistics”, Eurostat statistical working papers, Luxembourg: Eurostat. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/10282481/KS-TC-19-007-EN-N.pdf/730bfc0b-8c13-db03-a903-1dbb0c69013f>.

Meertens, Q. A., Diks, C. G. H., van den Herik, H. J. and Takes, F. W. (2019), “A Data-Driven Supply-Side Approach for Estimating Cross-Border Internet Purchases Within the European Union”, *Journal of the Royal Statistical Society* 183(1), 61-90. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/rssa.12487>.

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) (2022) “Results of FY2021 E-Commerce Market Survey Compiled”, Tokyo: METI. Retrieved from https://www.meti.go.jp/english/press/2022/0812_002.html.

Mitchell, J. (2021), “Digital supply-use tables: Making digital transformation more visible in economic statistics”, *OECD Going Digital Toolkit Notes*, No. 8, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/91cbdd10-en>.

Nakamura, L., Samuels, J. and Soloveichik, R. (2016), “Valuing 'Free' Media in GDP: An Experimental Approach”, *FRB of Philadelphia Working Paper* No. 16-24. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=2833772>.

Nguyen, D. and Paczos, M. (2020), “Measuring the economic value of data and cross-border data flows: A business perspective”, *OECD Digital Economy Papers*, No. 297, Paris: OECD Publishing. Retrieved from https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/measuring-the-economic-value-of-data-and-cross-border-data-flows_6345995e-en.

Nicholson, J. (2016), “ICT-Enabled Services Trade in the European Union”. *ESA Issue Brief* (#03-16), Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce. Retrieved from <https://www.commerce.gov/data-and-reports/reports/2016/08/ict-enabled-services-trade-european-union>.

Office for National Statistics (ONS) (2017), "The feasibility of measuring the sharing economy: November 2017 progress update" (9 November 2017). Retrieved at <https://www.ons.gov.uk/economy/economicoutputandproductivity/output/articles/thefeasibilityofmeasuringthesharingeconomy/november2017progressupdate#defining-the-sharing-economy>.

Office for National Statistics, (2023) "Imports and exports of services by country, by modes of supply, UK", Newport: United Kingdom. Retrieved from <https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/internationaltrade/datasets/importsofservicesbycountrybymodesofsupply/current>.

Oostrom, L., Walker, A. N., Staats, B., Slootbeek-Van Laar, M., Ortega Azurduy, S. and Rooijackers, B. (2016), "Measuring the internet economy in The Netherlands: a big data analysis" Discussion Paper 14, Heerlen/The Hague: Statistics Netherlands. Retrieved at <https://www.cbs.nl/-/media/pdf/2016/40/measuring-the-internet-economy.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (1998), "OECD Ministerial Conference – A Borderless World: Realising the Potential of Global Electronic Commerce – Ottawa, 7-9 October 1998 – Conference Conclusions". Paris: OECD. Retrieved from [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=sg/ec\(98\)14/final&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=sg/ec(98)14/final&doclanguage=en).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2011), *OECD Guide to Measuring the Information Society 2011*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1787/9789264113541-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2015a), "The OECD Model Survey on ICT Usage by Businesses (2nd revision)", Paris: OECD. Retrieved from <https://www.oecd.org/sti/ieconomy/ICT-Model-Survey-Usage-Businesses.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2015b), *The OECD Model Survey on ICT Access and Usage by Households and Individuals*. Retrieved from <https://www.oecd.org/sti/ieconomy/ICT-Model-Survey-Access-Usage-Households-Individuals.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2016), "Results of the 2016 WPTGS stocktaking questionnaire", Paris: OECD. Retrieved from [https://one.oecd.org/document/STD/CSSP/WPTGS\(2016\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/STD/CSSP/WPTGS(2016)7/en/pdf).

[6\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/STD/CSSP/WPTGS(2016)7/en/pdf).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018a), *Measuring online platforms and cloud computing in National Accounts*. Workshop: Working Party on Measurement and Analysis of the Digital Economy. Retrieved from <https://www.oecd.org/going-digital/mdt-roadmap-cloud-computing.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018b), *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018: Inclusive Framework on BEPS*, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1787/9789264293083-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018c), "Working Party on International Trade in Goods and Trade in Services Statistics – Result of the 2018 WPTGS Stocktaking Questionnaire", Paris: OECD. Retrieved at [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS\(2018\)3&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/CSSP/WPTGS(2018)3&docLanguage=En).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019a), *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019b), *Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019c), "WCO cross-border e-commerce framework of standards (2018)", in *The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/8c36d673-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2019d), "BBVA big data on online credit card transactions: The patterns of domestic and cross-border e-commerce", *OECD Digital Economy Papers*, No. 278, Paris: OECD. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/8c408f92-en>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2020), *A roadmap toward a common framework for measuring the Digital Economy: Report for the G20 Digital Economy Task Force*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <http://www.oecd.org/sti/roadmap-toward-a-common-framework-for-measuring-the-digital-economy.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2021), "Summary record of the Working Party on International Trade in Goods and Services – 06-08 October 2021", Paris: OECD. Retrieved from [https://one.oecd.org/document/SDD/CSSP/WPTGS/M\(2021\)1/en/pdf](https://one.oecd.org/document/SDD/CSSP/WPTGS/M(2021)1/en/pdf).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2022). *Revenue Statistics 2022: The impact of COVID-19 on OECD tax revenues*, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://www.oecd.org/tax/tax-policy/revenue-statistics-highlights-brochure.pdf>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2023), *OECD Handbook on Compiling Digital Supply and Use Tables*, Paris: OECD.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and G20 (2021), "International collaboration to end tax avoidance end tax avoidance". Retrieved from <https://www.oecd.org/tax/beps/>.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), World Trade Organization (WTO) and International Monetary Fund (IMF) (2019), *Handbook on Measuring Digital Trade, Version 1*, Paris, Geneva and Washington, D.C.: OECD, WTO and IMF. Retrieved from <https://www.oecd.org/sdd/its/Handbook-on-Measuring-Digital-Trade.htm>.

Philippine Statistics Authority (2020), "2017 Annual Survey of Philippine Business and Industry (ASPBI) – Economy Wide All Establishments: Final Results" (22 April 2020), Quezon City: Philippine Statistics Authority. Retrieved from <https://psa.gov.ph/content/2017-annual-survey-philippine-business-and-industry-aspbi-economy-wide-all-establishments>.

Rassier, D. G., Kornfeld, R. J. and Strassner, E. H. (2019), "Treatment of Data in National Accounts. Paper prepared for the BEA Advisory Committee", Paper prepared for the Bureau of Economic Analysis (BEA) Advisory Committee. Retrieved from <https://www.bea.gov/system/files/2019-05/Paper-on-Treatment-of-Data-BEA-ACM.pdf>.

Santiago Calderón, J. and Rassier, D. G. (2022), "Valuing the U.S. Data Economy Using Machine Learning and Online Job Postings", in Basu, S., Eldridge, L., Haltiwanger, J. and Strassner, E. (forthcoming), *Technology, Productivity, and Economic Growth*, Chicago: University of Chicago Press. Retrieved from <https://www.nber.org/system/files/chapters/c14739/c14739.pdf>.

Shirano, K., Das, B., Fan, Y., Chhabra, E. and Carcel-

Villanova, H. (2021), "Is Mobile Money Part of Money? Understanding the Trends and Measurement", IMF Working Paper WP/21/177, Washington, D.C.: International Monetary Fund (IMF). Retrieved from <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WP/2021/English/wpia2021177-print-pdf.ashx>.

Sorbe, S., Gal, P., Nicoletti, G. and Timiliotis, C. (2019), "Digital Dividend: Policies to Harness the Productivity Potential of Digital Technologies", *OECD Economic Policy Papers*, No. 26, Paris: OECD Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.1787/273176bc-en>.

Statistics Canada (2017), "The sharing economy in Canada" (28 February 2017), Ottawa: Statistics Canada. Retrieved at <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/170228/dq170228b-eng.htm>.

Statistics Canada, (2019), "The value of data in Canada: Experimental estimates", Retrieved from <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2019001/article/00009-eng.htm>.

Statistics Canada (2020a), "Canadian Internet Use Survey 2020", Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Instr.pl?Function=assembleInstr&lang=en&Item_Id=1289522#qb1290266.

Statistics Canada (2020b), "Canada's services exports through the lens of digital trade", Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-605-x/2020001/article/00005-eng.htm>.

Statistics Canada (2021), "Survey of Digital Technology and Internet Use - 2021" (3 August 2021), Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Instr.pl?Function=assembleInstr&lang=en&Item_Id=1317562.

Statistics Canada (2022a), "Gross sales made over the Internet by industry and size of enterprise" (13 September 2022), Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://doi.org/10.25318/2210012401-eng>.

Statistics Canada (2022b), "Average expenditure per person on goods and services ordered over the Internet by age group" (06 June 2022), Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=2210013901>

Statistics Canada (2022c), "Canadian Internet Use Survey 2022", Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Instr.pl%20?Fun>

ction=assembleInstr&lang=en&Item_Id=1487379#qb1494610.

Statistics Canada (2022d), "Digital technology and Internet use, 2021" (13 September 2022), Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220913/dq220913b-eng.htm>.

Statistics Canada (2022e), "Trade by exporter and importer characteristics: Services, 2020", Ottawa: Statistics Canada. Retrieved from <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/daily-quotidien/221110/dq221110a-eng.pdf?st=tbgSbNv3>.

Statistics Korea (2014), "E-commerce and Cyber Shopping Survey in 2013 and in the Fourth Quarter 2013" (25 February 2014), Daejeon: Statistics Korea. Retrieved from https://kostat.go.kr/board.es?mid=a20101000000&bid=11722&act=view&list_no=313310&tag=&nPage=164&ref_bid=11707,11708,11709,11711,11712,11713,11715,11716,11717,11718,11719,11721,11722,11723,11724,11725,11726,12071,11727,11728,11729,11730,11731,11732,11733,11734,11735,12051,11786,11736,11737,11738,11739,11740,11741,11742,11743,11744,11745,11746,11747,11748,11749,11773,11774,11750,11751,11752,11754,11755,11756,11757,11758,11759,11760,11761,11762,12050,11763,11764,11765,11766,11767,11768,11769,11770,11771,11772&keyField=&keyWord ٣.

Statistics Singapore (SingStat) (2021), "E-Commerce Revenue of the Services Sector", *Statistics Singapore Newsletter* Issue 2, 2021. Retrieved from <https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/publications/industry/ssn221-pg21-22.ashx>.

Tax Administration Jamaica (2022), *General Consumption Tax Forms*, <https://www.jamaicatax.gov.jm/web/guest/general-consumption-tax>.

United Nations (UN) (2008a), *System of National Accounts 2008 (SNA 2008)*, New York: UN. Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna2008.asp>.

United Nations (UN) (2008b), *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities, Revision 4*, New York: United Nations Statistics Division. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4e.pdf.

United Nations (UN) (2011), *International Merchandise Trade Statistics: Concepts and Definitions*, New York:

UN. Retrieved from [https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imits/IMTS%202010%20\(English\).pdf](https://unstats.un.org/unsd/trade/eg-imits/IMTS%202010%20(English).pdf).

United Nations (UN) (2015), *Central Product Classification (CPC), Version 2.1*, New York: United Nations Statistics Division. Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/classifications/unsdclassifications/cpcv21.pdf>.

United Nations (UN) (2022), "United Nations Statistical Commission, 53rd session", New York: UN. Retrieved at https://unstats.un.org/unsd/statcom/53rd-session/documents/BG-3v-doc_ISIC-E.pdf.

United Nations (UN), International Monetary Fund (IMF), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Statistical Office of the European Union (Eurostat), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO) (2010), *Manual on Statistics of International Trade in Services 2010 (MSITS 2010)*, New York, Washington, D.C., Paris, Luxembourg, Geneva and Madrid: UN, IMF, OECD, Eurostat, UNCTAD, UNWTO and WTO. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_86rev1e.pdf.

United Nations (UN), Statistical Office of the European Union (Eurostat), International Monetary Fund (IMF), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO) (2010), *Manual on Statistics of International Trade in Services – Compiler's Guide 2010*, New York, Luxembourg, Washington, D.C., Paris, Geneva and Madrid: UN, Eurostat, IMF, OECD, UNCTAD, UNWTO and WTO. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/trade/publications/14-66197-E-MSITS%202010%20Compilers%20Guide_WEB.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2015), "International Trade in ICT services and ICT-enabled services: Proposed Indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development – Technical Notes on ICT for Development (No. 3)". Retrieved from https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d03_en.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2016), "In Search of Cross-Border E-Commerce Trade Data", UNCTAD Technical Notes on ICT for Development, No. 6, Geneva: UNCTAD. Retrieved from https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_i

[ct4d06_en.pdf](#).

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2018a), "Updating the partnership definition of ICT goods from HS 2012 to HS 2017. Technical Notes on ICT for Development (No 10)", Geneva: UNCTAD. Retrieved from https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d10_en.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2018b) "Implementing a Survey on Exports of ICT-enabled Services – Technical Notes on ICT for Development (No. 11)", Geneva: UNCTAD. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d11_en.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2019), Digital Economy Report 2019: Value creation and capture: Implications for developing

countries, Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2019>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2021a), *Manual for the Production of Statistics on the Digital Economy 2020*, Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/webflyer/manual-production-statistics-digital-economy-2020>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2021b), *Digital Economy Report 2021 – Cross-border data flows and development: For whom the data flow*, Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2021>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2021c), "Estimates of global e-commerce 2019 and preliminary assessment of covid-19 impact on online retail 2020", UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No. 18, Geneva: UNCTAD. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d18_en.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022a), "COVID-19 boost to e-commerce sustained into 2021", Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/news/covid-19-boost-e-commerce-sustained-2021-new-unctad-figures-show>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022b), "Digital trade: Opportunities and actions for developing countries", Policy Brief No. 92 (January 2022), Geneva: United Nations. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/presspb2021d10_en.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022c), *Digitalization of Services: What does it imply for trade and development?*, Geneva: UNCTAD. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d2_en.pdf

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022d), *E-commerce and the digital economy in LDCs: At breaking point in COVID-19 times*, Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/publication/e-commerce-and-digital-economy-ldcs-breaking-point-covid-19-times>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022e), "Supporting countries to measure the digital economy for development" (02 December 2022), Geneva: United Nations. Retrieved from <https://unctad.org/news/supporting-countries-measure-digital-economy-development>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2023), *Measuring the value of e-commerce*, Geneva: UNCTAD. Retrieved from <https://unctad.org/publication/measuring-value-e-commerce>.

United Nations Economic Commission for Europe (UNECE), Statistical Office of the European Union (Eurostat) and Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2011), *The Impact of Globalization on National Accounts*, Geneva, Luxembourg and Paris: UNECE, Eurostat and OECD. Retrieved from https://unece.org/DAM/stats/publications/Guide_on_impact_of_globalization_on_national_accounts_web.pdf.

United Nations Statistics Division (UNSD) (2022), "DZ. 6 – Recording of data in the National Accounts", New York: UNSD. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/RADocs/DZ6_GN_Recording_of_Data_in_NA.pdf.

United States Census Bureau (2021), "E-Stats 2019: Measuring the Electronic Economy" (5 August 2021), Report Number E19-ESTATS, Washington, D.C.: United States Census Bureau. Retrieved from <https://www.census.gov/library/publications/2021/econ/2019-e-stats.html>.

Visa (2021), *Visa Merchant Data Standards Manual – Visa Supplemental Requirements* (November 2021). Retrieved from <https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/download/merchants/visa-merchant-data-standards-manual.pdf>.

Wettstein, S., Liberatore, A., Magdeleine, J. and Maurer, A. (2019), "A global trade in services data set by sector and by mode of supply (TISMoS)", Geneva:

WTO. Retrieved from https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/Tismos_methodology.pdf.

World Customs Organization (WCO) (2022), "Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce", Brussels: WCO. Retrieved from http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/wco-framework-of-standards-on-crossborder-ecommerce_en.pdf?la=en.

World Trade Organization (WTO) (1998a), "Work Programme on Electronic Commerce", Geneva: WTO. Retrieved from <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=Q:/WT/L/274.pdf&Open=True>.

World Trade Organization (WTO) (1998b), "Declaration on Global Electronic Commerce", Geneva: WTO. Retrieved from <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=Q:/WT/MIN98/DEC2.pdf&Open=True>.

World Trade Organization (WTO) (2019), Joint Statement on Electronic Commerce, Geneva: WTO. Retrieved from <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/L/1056.pdf&Open=True>.

World Trade Organization (WTO) (2020), "The General Agreement on Trade in Services (GATS): objectives, coverage and disciplines", Geneva: WTO. Retrieved from https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/gatsqa_e.htm.

World Trade Organization (WTO) (2022), "Highlights of world trade in 2021", in *World Trade Statistical Review 2022*, Geneva: WTO. Retrieved from https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2022_c2_e.pdf.

World Trade Organization (WTO) (2023), "Global Trade Outlook and Statistics", Geneva: WTO. Retrieved from https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook23_e.pdf.

World Trade Organization (WTO) and United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2022), "International trade in digitally-deliverable services, value, shares and growth, annual", Geneva: WTO and UNCTAD. Retrieved from <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableview.aspx?ReportId=158358>.

المختصرات

AEG	UN Advisory Expert Group on National Accounts	فريق الخبراء الاستشاري للأمم المتحدة المعني بالحسابات القومية
AI	Artificial intelligence	الذكاء الاصطناعي
ASYCUDA	UNCTAD Automated System for Customs Data	نظام الأونكتاد المؤتمت للبيانات الجمركية
B2B	Business-to Business	من شركة إلى شركة
B2C	Business-to-Consumer	من شركة إلى مستهلك
B2G	Business-to-Government	من شركة إلى حكومة
BEA	US Bureau of Economic Analysis	مكتب الولايات المتحدة للتحليل الاقتصادي
BOPCOM	IMF Committee on Balance of Payments statistics	لجنة صندوق النقد الدولي لإحصاءات ميزان المدفوعات
BPM6	<i>Balance of Payments and International Investment Position Manual. Sixth Edition</i>	دليل ميزان المدفوعات ووضعية الاستثمار الدولي. الإصدار السادس
BPO	Business Process Outsourcing	تعهيد العمليات التشغيلية
BOJ	Bank of Jamaica	بنك جامايكا
C2C	Consumer-to-Consumer	من مستهلك إلى مستهلك
CBEC	Cross-Border e-Commerce	المتاجرة الإلكترونية عبر الحدود
CIF	Cost, Insurance and Freight	التكلفة والتأمين والشحن
CPA	EU classification of products by activity	تصنيف الاتحاد الأوروبي للمنتجات بحسب النشاط
CPC	Central Product Classification	تصنيف الأمم المتحدة المركزي للمنتجات
DEA	Digital Economy Agreement	اتفاقية الاقتصاد الرقمي
DIP	Digital Intermediation Platform	منصة الوساطة الرقمية
DSTRI	OECD Digital Services Trade Restrictiveness Index	مؤشر تقييم المتاجرة بالخدمات الرقمية (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي)
EBOPS	Extended Balance of Payments Services Classification	التصنيف الموسع لخدمات ميزان المدفوعات
ETCD	Electronic Trade Customs Declaration	التصريح الجمركي الإلكتروني عن التجارة
EDI	Electronic Data Interchange	التبادل الإلكتروني للبيانات
EGATUR	Tourism Expenditure Survey	مسح الإنفاق السياحي
EU	European Union	الاتحاد الأوروبي
FATS	Foreign Affiliates Statistics	إحصاءات الشركات الأجنبية التابعة
FOB	Free on Board	القيمة-على-المتن
FRONTUR	Tourist Movements at Borders	مسح حركة السياح على الحدود
GATS	General Agreement on Trade in Services	الاتفاقية العامة للمتاجرة بالخدمات
HBS	Household Budget Survey	مسح ميزانيات الأسر
HS	Harmonized Commodity Description and Coding System	النظام المنسق لتوصيف السلع وتشفيرها
ICT	Information and Communications Technology	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
ICT-E	Annual Information and Communications Technology usage and e-commerce in Enterprises survey	مسح استخدام الشركات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وممارستها للتجارة الإلكترونية (سنوي)
ICT-H	Survey on Equipment and Use of Information and Communication Technologies in Households	مسح تجهيز الأسر بتكنولوجيات المعلومات والاتصالات واستخدامهم لها
IMTS	<i>International Merchandise Trade Statistics: Concepts and Definitions</i>	إحصاءات المتاجرة الدولية بالبضائع: المفاهيم والتعريفات

INE	Instituto Nacional de Estadística	المعهد الوطني الإسباني للإحصاء
ISIC	International Standard Industrial Classification of All Economic Activities	التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية
IT	Information Technology	تكنولوجيا المعلومات
ITO	Information Technology Outsourcing	تعهد تكنولوجيا المعلومات
ITRS	International Transaction Reporting System	نظام الإبلاغ عن المعاملات الدولية
ITS	International Trade in Services	المتاجرة الدولية بالخدمات
ITSS	International Trade in Services Statistics	إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات
KPO	Knowledge Process Outsourcing	تعهد عمليات المعرفة
LCU	Large Case Unit	وحدة الحالات الضخمة
LDC	Least-Developed Country	البلد الأقل نمواً
MNE	Multinational Enterprise	الشركة المتعددة الجنسيات
MNO	Mobile Network Operator	مشغل شبكة نقالة
MOSS	VAT Mini One Stop Shop (data collection scheme)	ميني-متجر الخدمات الموحد لضريبة القيمة المضافة (تخطيطية لتجميع البيانات)
MSITS	<i>Manual on Statistics of International Trade in Services</i>	دليل إحصاءات المتاجرة الدولية بالخدمات
MSME	Micro, Small and Medium-sized Enterprise	الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم
n.d.	no date	لا تاريخ
NACE	Nomenclature of Economic Activities	التصنيف الإحصائي للأنشطة الاقتصادية (لدى الجماعة الأوروبية)
NFT	Non-Fungible Token	العربون غير القابل للاستبدال
n.i.e.	not included elsewhere	غير مذكور في مكان آخر
NPISHs	Non-Profit Institutions Serving Households	المؤسسات غير المتوخية الربح التي تخدم الأسر
ONS	UK Office for National Statistics	مكتب المملكة المتحدة للإحصاء الوطني
OSS	One Stop Shop (data collection scheme)	متجر الخدمات الموحد (تخطيطية لتجميع البيانات)
R&D	Research and Development	الأبحاث والتطوير
RTA	Regional Trade Agreement	اتفاقية تجارية إقليمية
RTS	Residents Travel Survey	مسح أسفار المقيمين
SNA	System of National Accounts	نظام الحسابات القومية
SPTS	Statistics on Products in the Trade Sector	إحصاءات المنتجات في قطاع التجارة
STATIN	Jamaican Statistical Institute	معهد الإحصاء الجامايكي
SUTs	Supply and Use Tables	جداول العرض والاستخدام
TAJ	Tax Authority Jamaica	إدارة الضرائب في جامايكا
TiSMoS	WTO Trade in Services by Mode of Supply	المتاجرة بالخدمات بحسب نمط التوريد (منظمة التجارة العالمية)
TT-ISIC	Task Team on International Standard Industrial Classification of All Economic Activities	فريق العمليات المعنية بالتصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية
UN	United Nations	الأمم المتحدة
UNCEISC	United Nations Committee of Experts on International Statistical Classifications	لجنة خبراء الأمم المتحدة المعنية بالتصنيفات الإحصائية الدولية
VAT	Value-Added Tax	ضريبة القيمة المضافة
VoIP	Voice over Internet Protocol	(تقنية نقل) الصوت عبر بروتوكول الإنترنت
WCO	World Customs Organization	منظمة الجمارك العالمية
YoY	Year-on-Year	سنة بسنة

ما هي "التجارة الرقمية"، وكيف يمكن قياسها وتتبعها لدعم راسمي السياسات في توجيه دقة التحوّل الرقمي للتجارة الدولية؟

أتاحت التقنيات الرقمية، بشكل متزايد، للمشتريين والبائعين تأدية طلبات وتلقيها على نطاق عالمي. كما أتاحت تسليمًا فوريًا للخدمات عن بُعد إلى الشركات والمنازل مباشرة، بما في ذلك على المستوى الدولي.

من خلال التركيز على هذين المعيارين - الطلب الرقمي والتسليم الرقمي عبر الحدود - يحدّد كتيب قياس التجارة الرقمية إطارًا مفاهيميًا وقياسًا للتجارة الرقمية متماسكين مع المعايير الأوسع للإحصاءات الماكرو-اقتصادية.

هذا الإصدار الثاني من الكتيب هو حصيلة شراكة بين صندوق النقد الدولي (IMF)، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD)، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، ومنظمة التجارة العالمية (WTO)، وحصيلته مقارنة شاملة متوافق عليها.

يهدف هذا الكتيب إلى مساعدة المراكز الإحصائية على تلبية احتياجات راسمي السياسات إلى بيانات إحصائية حول التجارة الرقمية. وهو يتضمّن إرشادًا متوسّعًا حول المراكمة، معتمدًا على مدخلات جذرية ودراسات حالة من الاقتصادات المتقدمة والنامية على حدّ سواء، ومغطّيًا مجموعة متنوعة من المصادر المسحية وغير المسحية. كما يقترح نموذج إبلاغ لدعم المراكز في إنتاج إحصاءات التجارة الرقمية وترويجها.

بذلك يرسّي هذا الكتيب أساسًا مشتركًا قيمًا لفهم التجارة الرقمية وقياسها بطريقة يمكن مقارنتها دوليًا. كما يوفّر مرجعًا محوريًا لقيام برنامج نشط للمساعدة التقنية وبناء القدرات الإحصائية يتيح للمنظمات الشريكة الأربع، المسهّمة في التأليف، دعم المراكز الإحصائية في سعيهم إلى قياس التجارة الرقمية، وتتبعها، والاستجابة لتحدياتها.