

Distr.: General  
20 December 2017  
Arabic  
Original: English

# المجلس الاقتصادي والاجتماعي



## اللجنة الإحصائية

الدورة التاسعة والأربعون

٦-٩ آذار/مارس ٢٠١٨

البند ٤ (ح) من جدول الأعمال المؤقت\*

بنود للعلم: إحصاءات التجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية

## تقرير فرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية

### مذكرة من الأمين العام

وفقاً لمقرر المجلس الاقتصادي والاجتماعي ٢٢٨/٢٠١٧ والممارسات السابقة، يتشرف الأمين العام بأن يحيل طيه تقرير فرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية بشأن موضوع قياس التجارة الرقمية. وفي الاجتماعات الأخيرة لكل من لجنة الإحصاءات والسياسات الإحصائية التابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، ولجنة ميزان المدفوعات التابعة لصندوق النقد الدولي، والفريق العامل المعني بالتجارة الإلكترونية التابع لمنظمة الجمارك العالمية، كان موضوع قياس التجارة الرقمية يحتل مكانة متقدمة في جداول الأعمال. ويمكن تعريف التجارة الرقمية بأنها جميع المعاملات العابرة للحدود الوطنية التي إما يتم إصدار طلباتها رقمياً (أي التجارة الإلكترونية العابرة للحدود)، أو يتم تسييرها رقمياً (عبر المنصات)، أو يتم إيصالها رقمياً. وقد تنامت أهمية هذا النوع من التجارة، وتنامى معها الطلب على الإحصاءات المفصلة في عدد من المجالات السياسية، بما في ذلك مجالات فرص الوصول إلى الأسواق، وتيسير التجارة، والفرص المتاحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والضوابط التنظيمية، والمنافسة، وتدقيق البيانات عبر الحدود، والخصوصية. وتلبيةً لذلك الطلب، وعلى النحو الذي طلبته مجموعة العشرين في إعلانها الوزاري المعنون "تحديد ملامح الرقمنة لعالم مترابط"، المعتمد في نيسان/أبريل ٢٠١٧، قامت فرقة العمل بإعطاء الأولوية للجهود المبذولة لمواجهة الثغرات الممكن وجودها في البيانات والانحيازات والتحديات المفاهيمية فيما يتعلق بقياس التجارة الرقمية، وعززت هذه الجهود، وذلك من خلال وضع إطار مفاهيمي وحصر للممارسات الحالية في مجال القياس والدراسات الطليعية في أكثر من ٧٠ بلداً. واستناداً إلى هذه المدخلات، تعمل فرقة العمل، بالتعاون مع



خبراء من البلدان المتقدمة والنامية، على إعداد دليل عن قياس التجارة الرقمية. ونظرا لأهمية التجارة الرقمية وما تشهده من تطورات سريعة، ولما لها من انعكاسات محتملة على البلدان المتقدمة والنامية وتطبيقات ممكنة في هذين النوعين من البلدان، ستسرع فرقة العمل بإعداد الدليل، وهي تعتمزم تقديم تقرير بشأنه إلى اللجنة في دورتها القادمة في عام ٢٠١٩.

واللجنة الإحصائية مدعوة إلى الإحاطة علما بالتقرير.

## تقرير فرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية

### أولا - مقدمة

١ - يتولّد عن الإنترنت والرقمنة تغيير جذري في الطريقة التي يتفاعل بها الناس ومؤسسات الأعمال والحكومات. وقد أوجد هذا مرحلة جديدة من العولمة القائمة على انتقال البيانات عبر الحدود الوطنية، مما أدى إلى تغيير طبيعة التجارة الدولية في السلع والخدمات وتغيّر أنماطها وأطرافها الفاعلة. وفي حين أن المعاملات ذات الصلة بالتكنولوجيات الرقمية، سواء في تبادل السلع أو الخدمات، موجودة منذ سنوات عديدة، فإنه في ظل الحجم الذي وصلت إليه هذه المعاملات وظهور لاعبين جدد قادرين على إحداث نقلات جذرية (المنصات الإلكترونية)، حدثت تحولات في عمليات إنتاج وصناعات كثير منها لم تكن العولمة قد أحدثت فيه تأثيرا يُذكر فيما سبق.

٢ - غير أنه على الرغم من تنامي أهمية ما تشيع الإشارة إليه بالتجارة الرقمية، لا يوجد حاليا سوى القليل من المعلومات القائمة على القياسات الفعلية والقابلة للمقارنة دوليا. وقد حال هذا دون تكوين فهم كامل لحجم التجارة الرقمية وما يحيط بها من تحديات سياساتية، وهو ما أثار بدوره شواغل إزاء قدرة الإحصاءات الموجودة حاليا على التقاط هذه الظاهرة وتحديد ملامحها بشكل كامل. وعلاوة على ذلك، فإن الأهمية المتنامية للمؤسسات التي تتبع نماذج أعمال جديدة، مثل أوبر وإير - بي - إن - بي وفيسبوك وسبوتيفاي، قد أوجدت عددا من التعقيدات الإضافية على صعيد سياسات التجارة الخدمية، بما في ذلك فيما يتعلق بطبيعة أنشطة هذه المؤسسات.

٣ - وهذه الظواهر جميعها تفسّر الطلب القوي من مقرري السياسات والباحثين على زيادة المعلومات المتوفرة عن طبيعة التجارة الرقمية وحجمها واتجاهاتها، كما يتجلى مثلا في الأولوية العالية الممنوحة لهذا الموضوع في جداول أعمال الفريق العامل المعني بالتجارة والاستثمار التابع لمجموعة العشرين وغيره من المحافل الدولية. ولمعالجة هذه المسائل السياساتية، تُخذ عدد من المبادرات والجهود التعاونية المشتركة بين الوكالات في السنوات الأخيرة من قبل المنظمات الدولية، بما فيها المكتب الإحصائي للاتحاد الأوروبي، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، ومنظمة التجارة العالمية، ومنظمة الجمارك العالمية، وغيرها.

٤ - ومع ذلك، يتمثل أحد المعوقات الهامة التي تحول دون توافر بيانات التجارة الرقمية - وقطعا دون توافر الإحصاءات المتسقة مع الأطر المحاسبية الحالية (نظام الحسابات القومية لعام ٢٠٠٨، والطبعة السادسة من دليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي) والقابلة للمقارنة بين البلدان - في عدم وجود فهم مشترك للتجارة الرقمية وإطار مفاهيمي شامل للقياس. وبناء على ذلك، وفي إطار الجهود الجماعية الرامية إلى معالجة التحديات الأعم في مجال القياس، وضعت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي مشروع إطار مفاهيمي لقياس التجارة الرقمية<sup>(١)</sup> يقدم نظاما مقترحا لتصنيف جميع التدفقات التجارية العابرة للحدود التي تعتبر "رقمية".

(١) انظر: See OECD (2017), "Measuring digital trade: towards a conceptual framework"

(STD/CSSP/WPTGS(2017)3).

٥ - ويستند الإطار، قدر الإمكان، إلى مختلف الأطر الإحصائية القائمة، ولا سيما نظام الحسابات القومية، وهو يقوم أيضا بدور نقطة الانطلاق للمناقشات في السياق الأعم المتمثل في "قياس الاقتصاد الرقمي" (مبادرة تتم بقيادة مشتركة بين منظمة التعاون والتنمية في المجال الاقتصادي وصندوق النقد الدولي)، وذلك بالنظر إلى أهمية جميع التطورات الإحصائية والجهود المبذولة في هذا المجال التي تتحرك بصورة متوازنة. وباعتباره أساسا يُستند إليه في الأعمال المقبلة، خضع الإطار للاستعراض وحظي بالتأييد من الفرقة العاملة المعنية بإحصاءات التجارة الدولية في السلع والخدمات، ولجنة صندوق النقد الدولي المعنية بإحصاءات ميزان المدفوعات، والاجتماع غير الرسمي لخبراء فرقة العمل بشأن قياس التجارة الرقمية (الذي حضره ١٨ مع ممثلي الاقتصادات المتقدمة والنامية والوكالات الدولية). واستُخدم الإطار في وضع حصر أولى<sup>(٢)</sup> للممارسات الحالية في مجال القياس والدراسات الطليعية في أكثر من ٧٠ بلدا بشأن التجارة الرقمية.

٦ - وبناء على تلك المدخلات، واستجابة للطلب السياسي، قامت فرقة العمل بإعطاء الأولوية للجهود المبذولة لمواجهة الثغرات الممكن وجودها في البيانات والأنحيازات والتحديات المفاهيمية فيما يتعلق بقياس التجارة الرقمية، وعززت هذه الجهود، واتفقت في اجتماعها الأخير المعقود في تشرين الأول/أكتوبر ٢٠١٧ على تقديم مقترح لإعداد دليل لقياس التجارة الرقمية. ونظرا لأهمية هذا الموضوع وما يشهده من تطورات سريعة، ولما له من انعكاسات محتملة على الاقتصادات المتقدمة والنامية وتطبيقات ممكنة في هاتين الفئتين من الاقتصادات، ستسرع فرقة العمل بإعداد الدليل، وهي تعزم تقديم تقرير بشأنه إلى اللجنة في دورتها القادمة في عام ٢٠١٩.

٧ - وتقدّم لمحة عامة عن المحتوى المقترح لدليل فرقة العمل في الفرع الرابع أدناه. ويعرض الفرع الثاني لمحة عامة عن الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية، بينما يتضمن الفرع الثالث موجزا للجهود الجارية على الصعيدين الوطني والدولي لتجميع إحصاءات التجارة الرقمية. ويُختتم التقرير بالفرع الخامس الذي يستعرض الخطوات التي ستُتخذ في المراحل المقبلة.

## ثانيا - الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية

٨ - يمكن تعريف المعاملات التجارية الدولية باستخدام مجموعة متنوعة من الأبعاد. ويتمثل أكثر التصنيفات تقليدية في التمييز بين السلع والخدمات، إلى جانب تقسيم أنواع تجارة الخدمات حسب أسلوب التوريد. غير أن التركيز على التجارة الرقمية يبرز الأبعاد الجديدة المتصلة بالخصائص المهمة للرقمنة، ألا وهي: عمليتي إصدار الطلب وإيصال المنتج (وكل منهما يمكن تنفيذه رقميا)، وطبيعة المنتج (أي المنتجات هو الذي يُعتبر رقميا؟)، والأطراف الفاعلة في المعاملة، وهو ما لا يقتصر على الجهات الرقمية الوسيطة، بل يشمل الأسر المعيشية أيضا، وذلك بالنظر إلى الدور المتزايد الذي يضطلع به المستهلكون كمؤسسات افتراضية من خلال "اقتصاد التقاسم".

(٢) انظر: "Measuring digital trade: results of OECD/IMF stocktaking survey" (2017) OECD-IMF، وهي ورقة قُدمت في اجتماع اللجنة المعنية بإحصاءات ميزان المدفوعات الذي عُقد في باريس في الفترة من ٢٤ إلى ٢٦ تشرين الأول/أكتوبر ٢٠١٧.

٩ - ويحدد الإطار المفاهيمي (انظر الشكل أدناه) هذه الخصائص، أو الأبعاد، الثلاثة المتمثلة في طبيعة المعاملة (“كيف؟“)، والمنتج (“ماذا؟“)، والشركاء الداخليين كأطراف في المعاملة (“من؟“). ويمثل البعد المتعلق بطبيعة المعاملة عنصرا محوريا في الإطار، وهو يستند إلى وجود فهم مشترك بأن التجارة الرقمية ينبغي أن تشمل المعاملات التجارية العابرة للحدود التي إما يصدر الطلب الخاص بها رقميا، أو يتم تيسيرها رقميا (ويشار إليها بالمعاملات “الممكنة رقميا“)، أو يجري فيها إيصال المنتج رقميا (ويلاحظ أن هذه الفئات ليست متنافية بالضرورة):

- **المعاملات التي يتم إصدار طلباتها رقميا:** تُعتبر هذه الفئة مرادفا لمعاملات التجارة الإلكترونية (أي بيع أو شراء السلعة أو الخدمة عبر الشبكات الحاسوبية بأساليب مصممة خصيصا لأغراض تلقى أو إرسال الطلبات).

- **المعاملات التي يتم تيسيرها رقميا:** يُقصد بهذه الفئة تدفقات التجارة العابرة للحدود التي تيسرها المنصات الإلكترونية، مثل أمازون أو أوبر أو علي بابا أو إير - بي - إن - بي. وتطرح هذه الجهات الوسيطة عددا من التحديات في مجال القياس. فعلى سبيل المثال، لا يكون من الواضح دائما أين توجد الجهات الوسيطة، ولا تكون المعلومات موجودة دائما ضمن الإحصاءات الوطنية التقليدية لكي يمكن تحديد هذه الأمور. وهذا يمكن أن يوجد لبسا بخصوص ما إذا كان ينبغي تسجيل المعاملات محل السؤال كمنشآت تجاري عابر للحدود أو كندفق لإيرادات. وعلاوة على ذلك، فحتى إذا كان هناك وضوح بشأن أماكن وجود الوسطاء، لا يكون من الواضح دائما ما إذا كان ينبغي تسجيل المعاملات العابرة للحدود كقيم “إجمالية” (شاملة قيمة الخدمات الكامنة التي يجري تبادلها فيما بين الجهات المقيمة بالداخل) أو كقيم “صافية” (بحيث يكون عنصرها الوحيد العابر للحدود هو رسوم الوساطة).

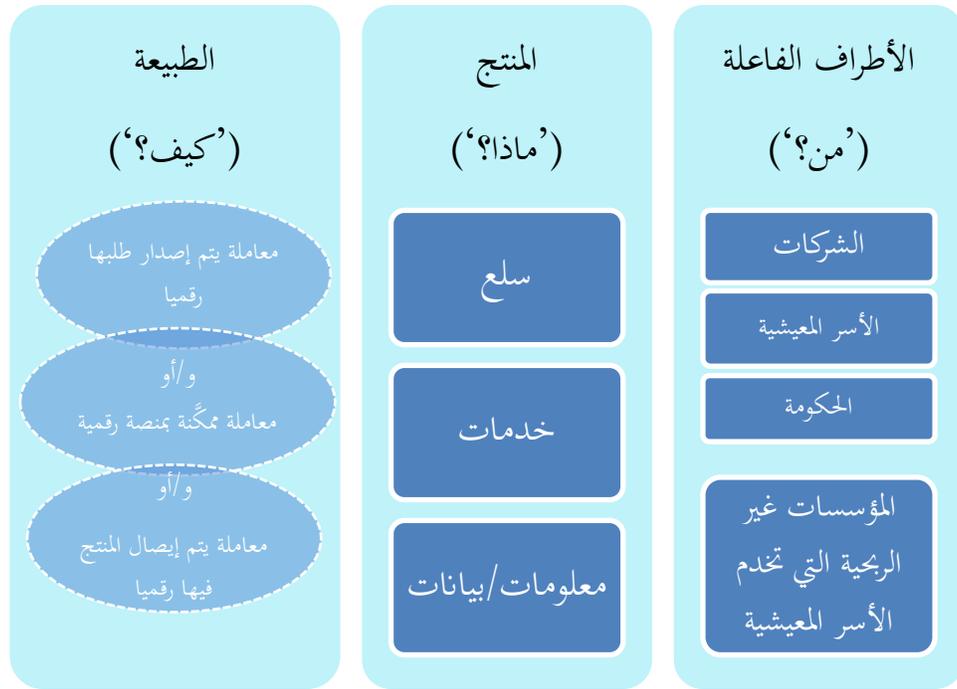
- **المعاملات التي يتم إيصال المنتج فيها رقميا:** تشمل هذه الفئة تدفقات الخدمات والبيانات التي يتم إيصالها رقميا كمنتج قابل للتنزيل. ومن أمثلة ذلك البرمجيات والكتب الإلكترونية والبيانات وخدمات قواعد البيانات. أما السلع، فباعتبارها أصنافا ذات وجود مادي، لا يمكن إيصالها رقميا، وإن كان من الوارد أن تولّد تكنولوجيا الطباعة الثلاثية الأبعاد مستقبلا فئة من المعاملات التي يمكن تصنيفها كتجارة سلع، وبالتالي تكون هناك سلع يتم إيصالها رقميا، وذلك إذا اعتُبرت هذه المعاملات مختلفة جوهريا عن معاملات التجارة في الخدمات (مثل تصاميم الطباعة الثلاثية الأبعاد). ويتسق مفهوم الإيصال الرقمي مع ما تصفه فرقة العمل المعنية بقياس التجارة بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات الممكنة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>(٣)</sup> بمسمى الخدمات الممكنة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي المتمثلة تحديدا في المنتجات الخدمية التي يتم إيصالها من بُعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

١٠ - أما البعد الثاني المحدد في الإطار فهو مرتبط بالأول عن طريق تحديد ما إذا كانت المنتجات التي يجري تداولها تجاريا هي سلع أو خدمات، إلى جانب استحداثه فئة مستقلة لما يسمى المعلومات أو البيانات. وصحيح أن المعاملات النقدية المتصلة بالبيانات ستظهر تحت فئات الخدمات، ولكن هناك

(٣) انظر: UNCTAD (2015), “International trade in ICT services and ICT-enabled services: proposed indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development”.

العديد من المعاملات التي تتعلق بالبيانات ولا تنطوي على تدفقات نقدية، وهذا لا يقتصر على المعاملات التي تتم داخل الشركة الواحدة، فهناك أيضا المعاملات المتصلة بالبيانات التي تجمعها شركات من قبيل الوسطاء الرقميين، والتي يكون بوسع هذه الشركات من ثم توليد الإيرادات عن طريق استخدامها. والقصد من الإشارة صراحةً هنا إلى البيانات والمعلومات هو ضمان تغطية هذه الفئة من المنتجات أيضا ضمن إطار القياس. وتجدر الإشارة إلى أن هذا يوسّع نطاق القياس إلى ما هو أبعد من المفهوم الإحصائي التقليدي للتجارة العابرة للحدود في السلع والخدمات، بحيث يُعترف بالفوائد الاقتصادية الكبيرة التي تُجنى من التدفقات الدولية للبيانات، والتي كثيرا ما تغفلها الإحصاءات التجارية التقليدية مع أنها تُعتبر قنوات ومحددات ذات أهمية متزايدة للتدفقات التجارية ذات الصلة.

### أبعاد التجارة الرقمية



١١ - ويتعلق البعد الأخير بالأطراف الفاعلة الداخلة في المعاملة. واستنادا إلى الأعمال المنجزة في مجال التجارة الإلكترونية، حيث يجري التفريق بين مؤسسات الأعمال والمستهلكين والحكومات باعتبارها الأطراف الفاعلة الرئيسية في معاملات من قبيل المعاملات المبرمة فيما بين الشركات أو بين الشركات والمستهلكين، يسير الإطار على النسق المصطلحي المتبع في نظام الحسابات القومية. والتقسيمات الإضافية الجاري النظر فيها في أوساط الحسابات القومية في إطار برنامج العمل الأعم قد تشمل، ضمن حسابات فرعية، أحجام الشركات والقطاعات التي تعمل فيها (بأن تُدرج مثلا معلومات عن دور الأدوات المرقمنة واستخدامها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أو بأن يتم التمييز بين الشركات المالية وغير المالية).

### ثالثا - التصدي للتحديات التي تواجهها عملية القياس

١٢ - كما ذكر أعلاه، لم تُطوّر بعد عملية الجمع المنهجي للبيانات بخصوص أي أجزاء التجارة الدولية هو الذي يجوز اعتباره "رقميا" وبخصوص تقسيم التجارة الرقمية حسب المنتجات أو الخدمات، وحسب البلدان الشريكة والقطاعات المؤسسية (الأعمال والمستهلكين والحكومات) الداخلة كأطراف. بيد أن هناك بلدانا عديدة بدأت بالفعل في قياس ولو على الأقل بضعة من المكونات المختلفة التي تميز التجارة الرقمية، كما يتجلى من الحصر الذي أجري بالاشتراك بين منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي وصندوق النقد الدولي في عام ٢٠١٧، والذي ردّ عليه أكثر من ٧٠ بلدا (انظر المرجع (OECD-IMF) (2017)، وكذلك اجتماع الخبراء غير الرسمي بشأن قياس التجارة الرقمية الذي عقدته فرقة العمل لأول مرة في تشرين الأول/أكتوبر ٢٠١٧.

١٣ - وهناك حقائق بدأت تظهر إلى النور من خلال هذه الأعمال التي أوجدت أيضا قنوات لتكوين مزيد من الرؤى العميقة. ويرد أدناه عرض موجز لهذه الحقائق.

#### ألف - إصدار الطلبات رقمية

١٤ - يتم إعداد الإحصاءات المتعلقة بطبيعة عمليات إصدار الطلبات (التجارة الإلكترونية) منذ سنوات عديدة في كثير من البلدان، وفي الغالب من خلال استقصاءات مؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية (التي تغطي المعاملات فيما بين الشركات وبين الشركات والمستهلكين)، وكذلك من خلال استقصاءات الأسر المعيشية بشأن استخدام الإنترنت (التي تغطي المعاملات بين الشركات والمستهلكين، وبشكل جزئي المعاملات فيما بين المستهلكين). وتجدر الإشارة مع ذلك إلى أن هذه الاستقصاءات لا تقدم تحليلا مفصلا لقيمة المعاملات العابرة للحدود.

١٥ - وهناك مجموعة متنوعة من القنوات التي يمكن من خلالها الحصول على هذه المعلومات الإضافية. ومن الواضح أن أحد الخيارات البديهية يتمثل في إضافة أسئلة معينة إلى الاستقصاءات المتعلقة بتقسيم عمليات الشراء والبيع التي تتم عن طريق الإنترنت إلى معاملات محلية ودولية. غير أن هذا النهج سينطوي بالضرورة على زيادة لا يستهان بها في الأعباء الإبلاغية، وقد تصعب إدارته في الممارسة العملية. فعلى سبيل المثال، قد لا يكون المجهزون المحليون دوما على دراية بما إذا كانت طلبات الشراء التي تتم عن طريق موقع شبكي يجري تشغيله محليا تدخل فيها أطراف من الشركات الأجنبية القائمة على تشغيل هذه المواقع. وبالمثل، قد يعبر عن المعاملات فيما بين الشركات بأعلى من قيمها إذا كانت الجهة النظيرة، من منظور المصدر، هي جهة وسيطة على الإنترنت، وليست المستهلك النهائي (وهذا وارد في حالة الخدمات على وجه الخصوص).

١٦ - وثمة احتمال آخر هو استكشاف البيانات الجزئية الدقيقة عبر سبل منها مثلا خلق التكامل بين إحصاءات تجارة البضائع واستقصاءات شركات التجارة الإلكترونية، وإن كان هذا يقترن بافتراضات فيما يتعلق بتقسيمات التجارة الإلكترونية المحلية/الأجنبية. ويمكن أيضا إجراء المزيد من التحسينات بالاقتران مع تصنيفات الفئات الاقتصادية الواسعة (BEC) لتوفير تقديرات لحصة المبيعات العابرة للحدود التي يمكن أن تصنف كمعاملات فيما بين الشركات أو بين الشركات والمستهلكين.

١٧ - ويمكن أيضا استكشاف إمكانية التعرف على التدفقات التجارية الناتجة عن عمليات إصدار الطلبات رقمية، خلافا لتلك الناتجة عن عمليات غير رقمية، من منظور إحصاءات تجارة البضائع. وفي هذا الصدد، يمكن اتخاذ مصدر هام للبيانات في المستقبل من المبادرات التي اتخذتها منظمة الجمارك العالمية لبدء استكشاف إمكانية التعرف على معاملات التجارة الإلكترونية ورصدها في السجلات الجمركية، وذلك عبر سبل منها مثل الأساليب المحسنة لتحديد منشأ/وجهة الشحنة ومحتواها إلكترونياً (مثل استخدام نظام S10 للشفرات العمودية أو اتباع نظام خاص ومبسّط لاستمارات الإفصاح لأغراض التجارة الإلكترونية). وبالإضافة إلى ذلك، فإن البيانات البريدية، من قبيل تلك التي يجمعها الاتحاد البريدي العالمي، قد تتيح منظورات متعمقة بخصوص الزيادة المشهودة في المعاملات المنخفضة القيمة التي تيسرها الرقمنة، وقد تساعد على تحسين التقديرات فيما يتصل بالتبادلات التجارية التي تتم دون عتبة الحد الأدنى.

### باء - المعاملات التي يتم تيسيرها رقمياً

١٨ - من الظواهر المهمة في عصر الرقمنة ظهور كيانات رقمية تقوم بدور الوسيط، مثل إير - بي - إن - بي وأوبر وأمازون وإي - باي وعلى بابا، فهذه تيسر التجارة الرقمية العابرة للحدود في السلع والخدمات. وكما ذكر أعلاه، تولّد هذه المنصات الإلكترونية تحديات كبيرة على صعيد القياس، ولا سيما فيما يتعلق بالمعاملات المحلية التي ييسرها كيان رقمي وسيط أجنبي (أو مملوك لجهات أجنبية). وعلاوة على ذلك، ينبغي من الناحية النظرية معالجة المعاملات المتعلقة بدفع الأموال مقابل خدمات الوساطة بتسجيلها في فئة التجارة في الخدمات أو المدفوعات مقابل خدمات في إطار الإحصاءات القائمة حالياً، مع أنه من الناحية العملية قد يكون من الصعب فصل رسوم الوساطة عن قيمة الخدمات المقدمة. وتعد الاستقصاءات (على جانب العرض أو الطلب) وبيانات بطاقات الائتمان والمصادر الجديدة للبيانات (مثل عمليات حصاد البيانات من الإنترنت (web-scraping)) من القنوات الممكنة لجمع البيانات.

### جيم - المعاملات التي يتم إيصال المنتج فيها رقمياً

١٩ - في حين لا يمكن إيصال جميع الخدمات عن بعد عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (لأن العديد من الخدمات يتطلب القرب المادي للتسليم والاستهلاك)، فإن الوضع الأمثل من وجهة نظر جمع البيانات هو أن تكون جميع معاملات التجارة الدولية في الخدمات مصنفة إلى معاملات "يتم إيصالها رقمياً" ومعاملات "لا يتم إيصالها رقمياً". وقد بدأت عدة بلدان بجمع البيانات لتحديد هذه الفئات بصورة أفضل، وبشكل متماشٍ في كثير من الحالات مع العمل الإحصائي المتعلق بقياس التجارة وفقاً لأسلوب التوريد، مع الاستفادة من كون جميع معاملات الخدمات التي يتم فيها إيصال الخدمة رقمياً عبر الحدود تنطوي على إيصال خدمات بالأسلوب ١.

٢٠ - وكبديل عن ذلك، يمكن أيضاً من خلال ربط استقصاءات التجارة في الخدمات بالبيانات المستقاة من استقصاءات شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تجرى على المستوى البالغ الصغر (مستوى المؤسسة)، بالاقتران مع بعض الافتراضات، توفير رؤى متعمقة بخصوص نسبة معاملات الخدمات الدولية التي يتم إيصالها و/أو إصدار طلباتها رقمياً. ويمكن قياس الخدمات التي يتم إيصالها إلى

المستهلك رقمياً، سواء بواسطة الشركات أو من خلال "اقتصاد التقاسم"، باستخدام استقصاءات الأسر المعيشية بالاقتران مع بيانات البطاقات الائتمانية.

## رابعاً - مشروع جدول محتويات دليل فرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية عن قياس التجارة الرقمية

٢١ - وفي الوقت الحالي، يتألف دليل فرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية عن قياس التجارة الرقمية من ثمانية فصول تغطي التحديات المفاهيمية والممارسات المتبعة في مجال التجميع. وبالإضافة إلى الفصلين الاستهلاكي والختامي، يُقترح أن يتألف الدليل من الفصول الواردة أدناه.

### ألف - الفصل الثاني - المسائل السياسية المتعلقة بالتجارة الرقمية

٢٢ - يقدم هذا الفصل لمحة عامة عن المسائل السياسية الراهنة المتعلقة بالتجارة الرقمية، وذلك فيما يتصل مثلاً بفرص الوصول إلى الأسواق (بما في ذلك الفرص الجديدة التي تتيحها التجارة الرقمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والبلدان النامية)، وتيسير التجارة، والضوابط التنظيمية، والمنافسة، وتدقيق البيانات عبر الحدود، والخصوصية، إلى جانب مسألة احتمال فقدان وضوح الخطوط الفاصلة بين الأساليب المختلفة لتوريد الخدمات.

### باء - الفصل الثالث - الإطار المفاهيمي لقياس التجارة الرقمية

٢٣ - يعرض هذا الفصل بالتفصيل الإطار المفاهيمي المبين في الفرع الثاني أعلاه، استناداً إلى المرجعين المشار إليهما بـ OECD (٢٠١٧) و OECD-IMF (٢٠١٧). وتغطي التجارة الرقمية جميع المعاملات التجارية العابرة للحدود التي يتم إصدار طلباتها أو تيسيرها أو إيصالها رقمياً.

### جيم - الفصل الرابع - تجميع بيانات السلع والخدمات التي يتم إصدار طلباتها رقمياً

٢٤ - يعرض هذا الفصل النهج الحالية والأساليب الممكنة لتوسيع نطاقاتها على النحو اللازم لقياس السلع والخدمات التي يتم إصدار طلباتها رقمياً، مع تسليط الضوء على أمور منها استخدامات الدراسات الاستقصائية لنفقات الأسر المعيشية والشركات، إلى جانب الأعمال الجارية فيما بين السلطات الجمركية بقيادة منظمة الجمارك العالمية، والسلطات البريدية بقيادة الاتحاد البريدي العالمي، من أجل تحسين قياس معاملات تجارة البضائع عبر الحدود التي يتم إصدار طلباتها عبر الإنترنت. وتُعرض أيضاً المنهجيات الكفيلة بتحسين تحديد القطاعات المؤسسية الداخلة كأطراف (وكذلك مختلف أنواع المؤسسات).

### دال - الفصل الخامس - تجميع بيانات المعاملات التي تيسرها المنصات الرقمية

٢٥ - يصف هذا الفصل الخبرات المتعلقة بتجميع المعاملات التي تيسرها المنصات الرقمية، مع تقديم إرشادات بشأن سبل تحديد هذه المنصات ورؤى متعمقة بشأن طرق تسجيل التدفقات العابرة للحدود. ويجري التشديد بصفة خاصة على المعاملات التي تيسرها المنصات الموجودة في الخارج، فهذه قد تنطوي بشكل خاص على تحديات في مجال القياس. وبالإضافة إلى ذلك، تقدم إرشادات بخصوص ضرورة تقسيم هذه التدفقات الإجمالية لتحديد نصيب كل من رسوم الوساطة وقيمة السلع أو الخدمات المقدّمة

(التسجيل الإجمالي مقابل التسجيل الصافي)، وبخصوص المنهجيات الممكن اتباعها لإجراء هذه التقسيمات. ويقدم الفصل أيضا اقتراحات للتغلب على التحديات التي تجابه على صعيد التجميع فيما يتصل بالمعاملات التي تتم فيما بين المستهلكين من خلال المنصات (في إطار "اقتصاد التقاسم").

## هاء - الفصل السادس - تجميع بيانات المعاملات التي يتم إيصال المنتج فيها رقميا

٢٦ - من المتعارف عليه أن المعاملات التي يتم إيصالها رقميا تغطي الخدمات، ولكن ظهور الطباعة الثلاثية الأبعاد قد يوجد بعض السلع التي يتم إيصالها رقميا أيضا. وسيستعرض هذا الفصل الأعمال الجارية في البلدان لتحسين تحديد الخدمات التي يتم إيصالها رقميا بالفعل (على عكس تحديد تشكيلة واسعة من الخدمات التي يُحتَمَل إيصالها رقميا)، مع التركيز على علاقة ذلك بتقديم الخدمات عن طريق الأسلوب ١.

## واو - الفصل السابع - تجميع بيانات السلع والخدمات التي يتم إصدار طلباتها رقميا

٢٧ - يستعرض هذا الفصل التصنيفات الحالية والمقترحة للسلع والخدمات بهدف تحديد ماهية المنتجات "الرقمية" (مثل سلع وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والخدمات الممكنة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتجارة في الأفكار)، مع تسليط الضوء على أهمية التمييز على نحو سليم بين الطبيعة الرقمية للمعاملات والطبيعة الرقمية للمنتج؛ فعلى سبيل المثال، يمكن أن تكون المعاملة ذات طابع رقمي، بينما قد لا يكون المنتج كذلك (كما في حالة الملابس التي تُشترى عن طريق الإنترنت). ويقدم الفصل أيضا لمحة عامة عن الجهود الوطنية الرامية إلى قياس تدفقات البيانات عبر الحدود.

## خامسا - الخطوات التالية

٢٨ - ستقوم منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومنظمة التجارة العالمية، الرئيسان المشاركان لفرقة العمل المشتركة بين الوكالات المعنية بإحصاءات التجارة الدولية، بتوجيه عملية الصياغة عموما، بما في ذلك المواءمة مع الأعمال الجارية بموازاة ذلك بخصوص التحديات التي تجابه في قياس الاقتصاد الرقمي في الحسابات القومية. وستسعى فرقة العمل إلى إكمال أول نسخة كاملة لمشروع الدليل بحلول أيلول/سبتمبر ٢٠١٨ للتشاور مع البلدان المتقدمة والبلدان النامية، ضمن جهات أخرى، من خلال الهيئات القائمة التي يمثلها أعضاء فرقة العمل. وسيعدّ موجز لنتائج المشاورات ليعرض في التقرير الذي سيقدم إلى اللجنة في دورتها التالية في عام ٢٠١٩.