

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الأونكتاد



نشرة صحفية

حظر

لا يجوز الاستشهاد بمحتويات هذا البيان الصحفي والتقارير المتصل به أو تلخيصها في وسائل الإعلام المطبوعة أو المسموعة أو المرئية أو الإلكترونية قبل يوم 24 آذار/مارس 2015، الساعة 17/00 (بتوقيت غرينيتش)
(الساعة الواحدة ظهراً بتوقيت نيويورك، الساعة السادسة مساءً بتوقيت جنيف، والعاشر والنصف مساءً بتوقيت دلهي، والثانية صباحاً - 25 آذار/مارس - بتوقيت طوكيو)

UNCTAD/PRESS/PR/2015/3*
Original: English

الأونكتاد يصمّم مؤشراً للتجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك

التجارة الإلكترونية تطلع أخيراً في البلدان النامية

جنيف، 24 آذار/مارس 2015 - تبين دراسة جديدة للأونكتاد أن بلداناً أوروبية صغيرة تتصدر الترتيب الخاص بمدى جاهزية 130 اقتصاداً للمشاركة في التجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك. وفقاً لمؤشر جديد صمّمه الأونكتاد بشأن التجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك وأوردته الدراسة، وُجدت أعلى نسبة جاهزية للتجارة الإلكترونية في لكسمبرغ والنرويج وفنلندا.

وأما البلدان المتصدرة على صعيد الاقتصادات النامية والناشئة فتوجد جميعاً في شرق آسيا، وهي جمهورية كوريا وهونغ كونغ (الصين) وسنغافورة (انظر الجدول). وفي الوقت نفسه، ومن حيث المستويات الحالية للتسوق على شبكة الإنترنت، تسجل البلدان الكبيرة السكان - مثل البرازيل والصين والاتحاد الروسي - أداءً أفضل مما كان متوقّماً، وهو ما يوحي بأن الأسواق الكبيرة تيسر التجارة الإلكترونية. وقد صدر في 24 آذار/مارس [تقرير اقتصاد المعلومات لعام 2015](#) ¹ (Information Economy Report 2015) بهذا العنوان الفرعي "إطلاق إمكانات التجارة الإلكترونية للبلدان النامية" (Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries). ويستند مؤشر التجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك إلى بيانات عن مدى استعمال الإنترنت وتوافر الخوادم المؤمنة ومدى استخدام بطاقات الائتمان وخدمات التسليم البريدي. وقد يكون تقييم مدى الجاهزية للمشاركة في التجارة الإلكترونية بمثابة خطوة أولى نحو صياغة استراتيجية وطنية بشأن التجارة الإلكترونية.

ويسمح المؤشر للبلدان بتحديد مواطنيها ومواطنيها النسيبة. وعلى سبيل المثال، يكتسي توسيع نطاق خدمات تسليم البريد إلى المنازل أهمية خاصة في أمريكا اللاتينية والكاريبي وآسيا وأوقيانيا. وفي أفريقيا، توجد عقبات لتحقيق الجاهزية للمشاركة في التجارة الإلكترونية تتمثل بصورة خاصة في المستويات المنخفضة لانتشار استخدام الإنترنت.

* للإتصال: مركز الأونكتاد للاتصالات و لمعلومات , رقم تليفون : +41229175828 , +41795024311, unctadpress@unctad.org, <http://unctad.org/press41795024311+>

(1) يمكن الحصول على هذا التقرير (رقم المبيع 1-112887-1-92-978-E.15.II.D.1, ISBN: 978-92-1-112887-1) من مكتب مبيعات وتسويق منشورات الأمم المتحدة على العنوان المبين أعلاه أو من وكلاء بيع منشورات الأمم المتحدة حول العالم. ويمكن للعملاء إرسال طلبات الشراء أو استفساراتهم إلى: United Nations Publications Sales and Marketing Office, 300 E 42nd Street, 9th Floor, IN-919J New York, NY 10017, United States of America رقم الهاتف: +1 212 963 8302, رقم الفاكس: +1 212 963 3489, عنوان البريد الإلكتروني: <https://unp.un.org> publications@un.org

وقال السيد موحيسا كيتوي الأمين العام للأونكتاد "إن الاقتصاد الرقمي يتوسّع والمزيد من الأنشطة التجارية تتأثر، ولذا فقد بات من الأكثر أهمية أن تنظر الحكومات في وضع سياسات يمكن أن تساعد في تسخير التجارة الإلكترونية لأغراض التنمية المستدامة".

التجارة الإلكترونية العالمية تتوسع وتتطور

تبلغ قيمة التجارة الإلكترونية العالمية بين المؤسسة التجارية والمستهلك نحو 1.2 تريليون دولار. وفي حين أن هذه القيمة صغيرة جداً بالمقارنة بقيمة التجارة الإلكترونية فيما بين المؤسسات التجارية والتي تتجاوز 15 تريليون دولار، فإن هذا القطاع ينمو بسرعة أكبر، ولاسيما في آسيا وأفريقيا. ويتيح هذا المجال أيضاً إمكانات كبيرة لنمو التجارة الإلكترونية في البلدان النامية.

ويتوقع أن يبلغ نصيب الاقتصادات النامية والاقتصادات الانتقالية قرابة 40 في المائة من التجارة الإلكترونية العالمية بين المؤسسة التجارية والمستهلك بحلول عام 2018، في حين من المقرر أن يتراجع نصيب البلدان المتقدمة من أكثر من 70 في المائة إلى نحو 60 في المائة، وذلك بحسب تقديرات السوق. وقد أصبحت الصين أكبر سوق عالمية للتجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك، مقيسة بعدد المشترين على شبكة الإنترنت وبمبلغ الإيرادات على السواء. وفي الفترة ما بين عامي 2013 و2018، يتوقع أن يرتفع نصيب منطقة آسيا وأوقيانيا في التجارة الإلكترونية العالمية بين المؤسسة التجارية والمستهلك من 28 في المائة إلى 37 في المائة، في حين يتوقع أن يرتفع نصيب الشرق الأوسط وأفريقيا ارتفاعاً طفيفاً من 2.2 في المائة إلى 2.5 في المائة.

ويتفاوت مدى التسوق عبر الإنترنت تفاوتاً كبيراً بين الناس. وعلى سبيل المثال، تبلغ نسبة الأفراد الذين اشتروا أشياء على الإنترنت 2 في المائة فقط في المكسيك وتايلند، وأكثر من 60 في المائة في بعض البلدان المتقدمة. وبخلاف الشبكات الاجتماعية التي ترتفع فيها معدلات النشاط نسبياً في البلدان النامية، فإن نسبة مستخدمي الإنترنت الذين يشترون على الإنترنت أدنى عموماً من مثيلتها في البلدان المتقدمة (انظر الشكل). وقد يعكس هذا الأمر ضعف القدرة الشرائية وعوامل مُحفّزة أخرى مثل غياب الثقة ومحدودية خيارات التسوق وضعف خدمات التسليم.

ويسلّط التقرير الضوء على أن البلدان النامية كمجموعة تؤدي دوراً أبرز بوصفها مشتريّة وبائعة - على السواء - للسلع والخدمات على الإنترنت. وفي الوقت نفسه، يوكد تزايد الاعتماد على التجارة الإلكترونية مكاسب كبيرة للمستهلكين ومكاسب من حيث الإنتاجية لمؤسسات الأعمال التي تتبع منتجاتها على الإنترنت.

زيادة فرص انخراط البلدان النامية في التجارة الإلكترونية

يلاحظ تقرير الأونكتاد أن نطاق مشاركة البلدان النامية في التجارة الإلكترونية واستفادتها منها أخذ في الاتساع. أولاً، تحسّن الربط بالإنترنت، مع انتشار استخدام الهواتف المحمولة والشبكات الاجتماعية وارتفاع مستويات استخدام الإنترنت. ثانياً، تؤدي تطبيقات التجارة الإلكترونية والمنصات وحلول الدفع الجديدة إلى تيسير الانخراط في التجارة الإلكترونية. ثالثاً، تظهر بسرعة، في البلدان النامية، بما في ذلك في أقل البلدان نمواً، الشركات الإلكترونية المحلية التي تقدم خدمات في التجارة الإلكترونية مُصمّمة وفقاً للطلب المحلي.

وعلى سبيل المثال، تستهدف المواقع الجديدة للتجارة الإلكترونية في بنغلاديش وكمبوديا السوق المحلية، بما يمكن المستهلكين من التصفّح وطلب المنتجات على الإنترنت. وفي أفريقيا الواقعة جنوب الصحراء الكبرى، اعتمدت حلول مختلفة جرى تكييفها لتيسير التجارة عبر الهواتف المجهّزة، ونشأت بوابات كثيرة بإمكانها تيسير دفع مشتريات التجارة الإلكترونية باستخدام الهواتف المحمولة.

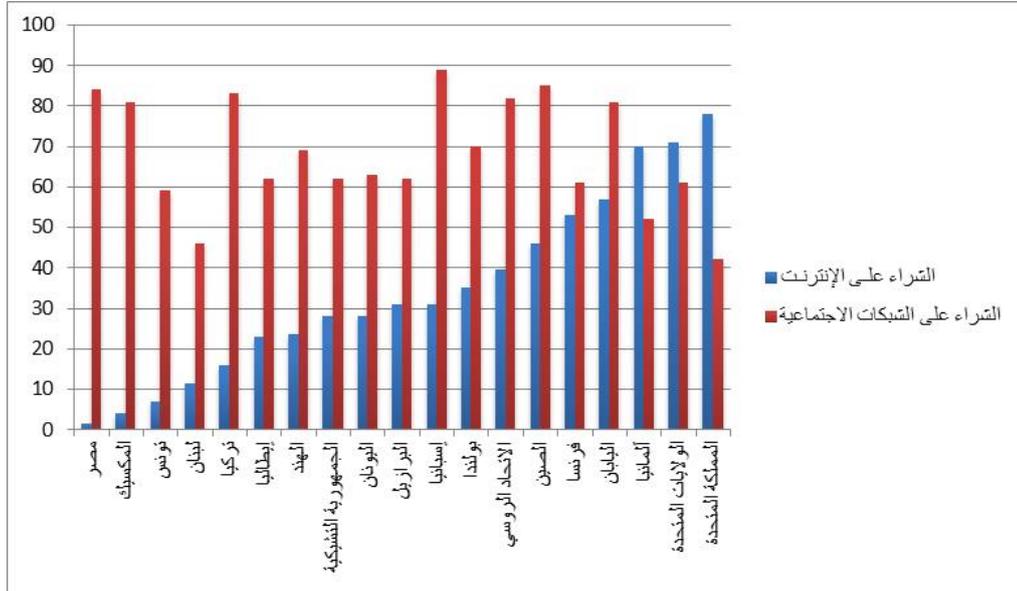
وفي الوقت ذاته، قد يكون من شأن عدم تماثل إمكانية الوصول إلى الأسواق ومنصات التجارة الإلكترونية الرئيسية أن يفاقم الاختلالات الموجودة في التجارة الإلكترونية. فالتجار في بلدان نامية كثيرة لا يتمتعون بإمكانية الوصول إلى هذه الأسواق على قدم المساواة مع غيرهم. كما تكشف البيانات المقدمة من الاتحاد البريدي العالمي بشأن حركة البريد عبر الحدود في حالة العلب الصغيرة والطرود والحزم عن أنه في حين تسجل البلدان المتقدمة وآسيا وأوقيانيا فائزاً تجارياً مهماً، فإن اقتصادات أمريكا اللاتينية والاقتصادات الانتقالية تستورد أكثر بكثير مما تصدر.

إطلاق إمكانات التجارة الإلكترونية يتطلب استجابات وطنية ودولية على صعيد السياسات

من أجل إطلاق إمكانات التجارة الإلكترونية، يدعو تقرير الأونكتاد إلى الأخذ بسياسات يمكنها أن تساعد في تسخير التجارة الإلكترونية لأغراض التنمية المستدامة. وتشمل مجالات السياسات الرئيسية تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واللوجيستيات وتيسير التجارة، والبيئة القانونية والتنظيمية (الوثيقة UNCTAD/PRESS/PR/2015/4)؛ وعمليات الدفع الإلكتروني، والمنصات، وتطوير المهارات بالاقتراع مع توفير بيئة دولية تمكينية.

ويشكل الحوار والتعاون الدوليان عاملين حاسمين أيضاً في تعزيز التبادل السلس للتجارة الإلكترونية وكذلك، في الوقت نفسه، في نشر منافع التجارة الإلكترونية على نطاق أوسع. وقد يلزم إيلاء اهتمام خاص لقواعد التجارة الدولية ومسائل الضرائب وبناء القدرات.

نصيب مستعملي الإنترنت القائلين بالتسوق على الإنترنت والشبكات الاجتماعية، بلدان مختارة، 2012/2013



المصدر: الأونكتاد، مأخوذة بتصرف من دراسات استقصائية وطنية، المكتب الإحصائي للاتحاد الأوروبي ومركز بحث 'بيو' (Pew).

البلدان العشرة الأولى على مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك، لعام 2014، بحسب المنطقة

العالم	الاقتصادات النامية	أفريقيا	آسيا وأقيانيا	أمريكا اللاتينية والكاريبي	الاقتصادات الانتقالية
لكسمبرغ	جمهورية كوريا	موريشيوس	جمهورية كوريا	شيلي	جمهورية مقدونيا ليغوسلافية سابقاً
النرويج	هونغ كونغ (الصين)	جنوب أفريقيا	هونغ كونغ (الصين)	وروغواي	صربيا
فنلندا	سنغافورة	مصر	سنغافورة	ترينداد وتوباغو	الاتحاد الروسي
كندا	البحرين	تونس	البحرين	البرازيل	ليوسنة والمهرسك
السويد	تركيا	المغرب	تركيا	الأرجنتين	ألبانيا
أستراليا	شيلي	سيراليون	ماليزيا	كوستاريكا	جورجيا
الدانمرك	أوروغواي	زامبيا	لبنان	الجمهورية الدومينيكية	وكرانيا
جمهورية كوريا	ترينداد وتوباغو	مدغشقر	الصين	المكسيك	أرمينيا
المملكة المتحدة	ماليزيا	الإمارات العربية المتحدة زمبابوي	فنزويلا (جمهورية - البوليفارية)		بيلاروس
إسرائيل	البرازيل	مالي	إيران (جمهورية - الإسلامية)	كولومبيا	جمهورية مولدوفا

المصدر: الأونكتاد.

*** ** ***