



UNITED NATIONS

الاسكوا  
ESCWA



# كوفيد-19- والتجارة الإلكترونية: استعراض عالمي

## ملخص تنفيذي



# وسط تباطؤ النشاط الاقتصادي، أدت كوفيد-١٩ إلى طفرة في التجارة الإلكترونية

المستهلكين المحتملين، ومن توسيع نطاق المعاملات التجارية .

لقد غيرت الجائحة أهماط التجارة إلى حد بعيد، وشجعت نمو التسوق وتقديم الخدمات عبر الإنترنت في الأسواق المحلية، في ظل الضوابط على الحركة وقلق المستهلكين من التقارب الاجتماعي. ومن المرجح أن الاتجاه المتسارع المتمثل في انتشار التجارة الإلكترونية، والذي نشأ خلال الجائحة، سيتواصل أثناء فترة التعافي منها. ولذلك، فإن تحديد التحديات والدروس المستفادة الناتجة عن هذا الواقع أساسي لتحقيق النمو الاقتصادي والتنمية في المستقبل.

وهذا التقرير هو ثمرة جهد مشترك بذله عدد من الشركاء في إطار «مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع». وهو يقدم تقييماً أولياً لآثار أزمة كوفيد-١٩ على التجارة الإلكترونية، في ضوء البيانات القليلة المتاحة. ويتضمن التقرير دراسات استقصائية عن الشركات والمستهلكين المنخرطين في أعمال التجارة الإلكترونية أجراها مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، وبحوثاً أجرتها اللجان الإقليمية للأمم المتحدة وغيرها من الأعضاء في المبادرة.

وهو يلخص آخر المستجدات في هذا المجال، ويقدم توصيات إلى واضعي السياسات في مختلف أوساط الجهات المعنية، ويتناول نهج التجارة الإلكترونية التي يمكن من خلال اتباعها دعم تعافي الاقتصاد العالمي والاقتصادات الوطنية في أعقاب الجائحة، ومن المتوخى الاسترشاد بتوصيات هذا التقرير وأيضاً استنتاجات التقارير الإقليمية ذات الصلة التي أعدتها لجان الأمم المتحدة الإقليمية الأخرى، لحفز النقاش وتنفيذ مبادرات ملائمة على مستوى السياسات، لا سيما في البلدان النامية وأقل البلدان نمواً، وذلك على الرغم من ارتباطها بالمرحلة الراهنة.

يساهم الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية بشكل كبير في الجهود الرامية إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كما يحملان معاً فرصاً وتحديات جديدة. فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤثر بشكل متزايد على طرق إنتاج السلع والخدمات، واستهلاكها، وتبادلها.

وستتمكّن البلدان التي تسخر إمكانات التجارة الإلكترونية من الاستفادة بشكل أكبر من الأسواق العالمية من أجل سلعتها وخدماتها في ظل الاقتصاد الرقمي، على عكس البلدان التي لا تسير في هذا الاتجاه. في المقابل، وعلى الرغم من التحسّن في القدرة على الاتصال الإلكتروني خلال العقد الماضي، لا تزال الفجوات الرقمية كبيرة. فنصف سكان العالم تقريباً غير متصلين بالإنترنت، وقليلون فقط يتسوّقون عبر الإنترنت.

واعتباراً من مطلع عام ٢٠٢٠، أمسكت جائحة كوفيد-١٩ بزمام التطورات الاقتصادية العالمية. فقد أضحت القيود المفروضة على الحركة، وغيرها من التدخلات الرامية إلى الحفاظ على السلامة العامة، إلى تراجع النشاط الاقتصادي في معظم القطاعات، مما ألحق أضراراً كبيرة بالإنتاج والتوزيع والاستهلاك. وانكمش الاقتصاد العالمي بنسبة قدرت بـ ٤ في المائة في عام ٢٠٢٠، وتضررت التجارة العالمية بشدة.

وعلى الرغم من ذلك، سرّعت الجائحة وتيرة التحولات الرقمية. فقد سمحت الحلول الرقمية بشكل أساسي للأشخاص والشركات بمواصلة بعض أنشطتها الاقتصادية والاجتماعية عن بُعد، مما أسفر عن اتّساع نطاق العمل عن بُعد، والاستعانة بتطبيقات الاجتماع عن طريق الفيديو وتطبيقات الترفيه الرقمي وغيرها. وأسفر ذلك أيضاً عن طفرة في التجارة الإلكترونية.

فالابتكارات في التكنولوجيا وطرائق التجارة تتيح فرصاً للشركات من جميع الأحجام للانخراط في التجارة المحلية والدولية، وذلك من خلال تكيّف سلاسل التوريد، وانخفاض تكاليف التجارة، وزيادة الوصول إلى الأسواق. ومن خلال تخفيف أعباء المعاملات التجارية والبحوث والاحتكاكات في الواجهات التجارية، وتمكّن المنصات الرقمية - التابعة للبايعين من الأفراد أو الأطراف الثالثة، مثل أمازون وعلي بابا - مقدمي الخدمات والسلع من التواصل بسهولة أكبر مع

# التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي: الاتجاهات السائدة على الصعيدين العالمي والإقليمي

ن فهم مسار التجارة الإلكترونية أساسي لوضع السياسات الحكومية الملائمة والتخطيط الفعال للأعمال التجارية من طرف الشركات التجارية. غير أن معظم واضعي السياسات يفتقرون إلى الإحصاءات اللازمة لرصد التطورات على هذا المسار، لا سيما منذ تفشي الجائحة. ونتيجة لقصر الفترة الزمنية التي تفتش خلالها فيروس كورونا في مختلف أنحاء العالم، أي اعتباراً من الربع الأول من عام ٢٠٢٠، كانت البيانات المتاحة للتحليل بيانات جزئية ومحدودة، وكان أكثرها دقة متركزاً ومتعلقاً في نطاق محدود من الدول المتقدمة ومن الدول النامية ذات الدخل المرتفع. وفي وقت صياغة هذا التقرير، كان لا يزال هناك قدر كبير من عدم اليقين بشأن ما سيؤول إليه الفيروس وما سيترب عنه من استجابات على مستوى السياسات. ومع ذلك، يمكن ملاحظة بعض الاتجاهات الرئيسية في ضوء المعلومات المتاحة.

ففي حين سجل النشاط الاقتصادي تراجعاً كبيراً خلال الجائحة، بشكل عام، ازدادت هيمنة التجارة الإلكترونية على حصة التجارة وتجارة التجزئة من الأسواق، لا سيما الأسواق المحلية، حيث شجعت القيود المفروضة على الحركة وقلق المستهلكين التسوق عبر الإنترنت. وإضافة إلى التجارة الإلكترونية في السلع، سُجلت زيادة كبيرة في الاجتماعات والألعاب ووسائل الترفيه عبر الإنترنت. باختصار، أصبح المزيد من الناس يستخدمون التجارة الإلكترونية بشكل متزايد. وباتت الشركات التي كان لها حضور راسخ على الإنترنت قبل الأزمة أكثر جهوزية للاستفادة من هذه التطورات، شأنها شأن الشركات التقليدية التي لديها قدرة التعامل مع التغيرات ولديها ما يلزم من موارد لتطوير أنشطتها في مجالات التسويق والبيع عبر الإنترنت. وفي حين بقي وضع شبكات الاتصالات على حاله خلال الجائحة بشكل عام، نشأت صعوبات كبيرة على مستوى لوجستيات التجارة والنقل، وخصوصاً في التبادلات التجارية الدولية.

كذلك، سُجلت طفرة في التجارة الإلكترونية (المعاملات التجارية في ما بين المؤسسات التجارية، وبينها وبين المستهلكين) في معظم أنحاء العالم، في ظل زيادة حصة التجارة الإلكترونية من تجارة التجزئة العالمية من ١٤ في المائة في عام ٢٠١٩ إلى حوالي ١٧ في المائة في عام ٢٠٢٠.

وتُظهر الأمثلة المأخوذة من أجزاء مختلفة من العالم نمطاً متسقاً إلى حد ما. وفي أمريكا اللاتينية، باعت سوق الإنترنت، Mercado Libre، في الربع الثاني من عام ٢٠٢٠ ضعف عدد السلع يومياً عما كان عليه في العام السابق. وشهدت منصة التجارة الإلكترونية الأفريقية، Jumia، زيادة تجاوزت ٥٠ في المائة في حجم المعاملات خلال الأشهر الستة الأولى من عام ٢٠٢٠. وفي الصين، ارتفعت حصة مبيعات التجزئة عبر الإنترنت من ١٩,٤ إلى ٢٤,٦ في المائة بين آب/أغسطس ٢٠١٩ وآب/أغسطس ٢٠٢٠. وفي كازاخستان، ارتفعت من ٥,٠ في المائة في عام ٢٠١٩ إلى ٩,٤ في المائة في عام ٢٠٢٠. وازداد تنزيل تطبيقات التسوق بنسبة ٦٠ في المائة في تايلاند في الأسبوع الممتد بين فرض الإغلاق الجزئي وفرض تدابير الطوارئ الكاملة المطبقة في شهر آذار/مارس. وسُجلت ملاحظات مماثلة في العديد من البلدان المتقدمة.

وبدورها، تعززت التجارة الإلكترونية المحلية في الخدمات خلال الجائحة. فقد أدى إغلاق المكاتب وأماكن الترفيه العامة إلى انتشار العمل عن بُعد، والتعلم عن بُعد، ومواقع التشبيك والترفيه عبر الإنترنت. وتفاوتت آثار ذلك بين البلدان

وداخلها، إذ إن البدائل المتاحة على الإنترنت عادة ما تكون متاحة للقادرين على الاتصال الإلكتروني أكثر من غيرهم، وللمذين يشغلون وظائف مكتبية ويتقاضون دخلاً أعلى. ومع ذلك، فإن التجارة الدولية في السلع، التي يعتمد الكثير منها الآن على الطلبات المقدمة عبر الإنترنت وعلى الخدمات اللوجستية العابرة للحدود، قد تأثرت سلباً من جراء انخفاض الطلب، وزيادة القيود المفروضة على الحركة والمرور العابر للتخفيف من انتشار العدوى. فقد ألحق فرض ضوابط أكثر صرامة على الحدود في العديد من البلدان أثناء الجائحة أضراراً بأنشطة الشحن والنقل، مما تسبب باضطرابات شديدة في سلاسل التوريد في إطار التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية على حد سواء.

وشهد الربع الأول من عام ٢٠٢٠ انكماشاً في التجارة العالمية بنسبة ٣,٥ في المائة، وفي نواتج الصناعات التحويلية العالمية بنسبة ٦ في المائة. وأعقب ذلك، في آيار/مايو ٢٠٢٠، انخفاض بنسبة ١٨ في المائة تقريباً في التجارة العالمية في السلع، مقارنة بما كانت عليه في آيار/مايو ٢٠١٩. وأبلغ الاتحاد البريدي العالمي عن انخفاض حاد في التبادلات البريدية عبر الحدود في الأشهر الخمسة الأولى من عام ٢٠٢٠، بينما انخفضت التجارة السلعية العالمية بنسبة تراوحت بين ١٣ و ٣٢ في المائة في عام ٢٠٢٠.

وفي أفريقيا، أعلنت ٣٨ دولة عن فرض شكل من أشكال إغلاق الحدود -بالتزامن مع انخفاضات بنسبة ٥ و ١٦ و ٢٣ في المائة في الصادرات في شباط/فبراير وآذار/مارس ونيسان/أبريل ٢٠٢٠ مقارنة بعام ٢٠١٩. وتتكون نسبة كبيرة من هذه التجارة من معاملات تم تيسيرها من خلال التجارة الإلكترونية. وفي أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، بلغ حجم الانكماش المتوقع حدوثه في قيمة صادرات السلع الإقليمية لعام ٢٠٢٠ نسبة الـ ٢٣ في المائة، مع حجم انخفاض مماثل متوقع حدوثه أيضاً في قيمة الواردات. وتمثل العامل الأكثر أهمية في تعطيل التجارة الدولية في هذه المنطقة في اضطرابات النقل الجوي والبحري. وفي حين أنّ عدد رحلات الشحن الجوي لم ينخفض بشكل حاد، فقد انخفض عدد رحلات الركاب - التي تنقل على متنها الكثير من البضائع المطلوبة عبر الإنترنت أيضاً - بمقدار النصف، وذلك في الفترة بين كانون الثاني/يناير وآب/أغسطس ٢٠٢٠.

ولحقت أضرار كبيرة بالتجارة في الخدمات أيضاً. ففي الربع الأول من عام ٢٠٢٠، تقلصت قيمة صادرات مجموعة من ٣٧ دولة كانت تبلغ ثلثي صادرات الخدمات في العالم تقريباً، وذلك بنسبة ١٠,٤ في المائة مقارنة بالفترة نفسها من عام ٢٠١٩. ولحقت بالسياحة أضرار جسيمة، فقبل انتشار الجائحة، كانت السياحة تمثل ٢٤ في المائة من صادرات الخدمات التجارية العالمية، وتصل إلى ٥٠ في المائة في حالة أقل البلدان نمواً. وانخفض عدد السياح الدوليين الوافدين بنسبة ٤٤ في المائة في جميع أنحاء العالم بين كانون الثاني/يناير ونيسان/أبريل ٢٠٢٠، مقارنة بالفترة نفسها من عام ٢٠١٩. وأشارت تقديرات منظمة السياحة العالمية إلى أن هذا العدد انخفض بنسبة تراوحت بين ٥٨ و ٧٨ في المائة في عام ٢٠٢٠، مقارنة بعام ٢٠١٩.

وتباينت آثار ذلك على المؤسسات التجارية. فالمؤسسات ذات الحضور الراسخ على الإنترنت أكثر استعداداً للاستفادة من هذه التطورات، وكذلك المؤسسات التجارية التقليدية القادرة على التعامل مع التغيرات والتي لديها ما يكفي

ومن الصعب التيقن حول مدى استمرارية الاتجاهات - التي نشأت خلال الأزمة - لاحقاً، سواء في فترة التعافي أو بعدها. وسيتوقف ذلك على سرعة التعافي، وعلى نطاق وطبيعة التدابير المتخذة لتيسيره، من جملة أمور أخرى. ولكن من المرجح أن يؤدي تجاوز أعداد كبيرة من الأشخاص لحواجز الولوج إلى عالم التسوق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية - إلى الحفاظ على مستويات تجارة وتسوق أعلى من ذي قبل، على الأقل في ما يهتم به هؤلاء الأشخاص من أسواق. ومن المتوقع لدى العديد من المستهلكين أن تستمر الزيادة في معدلات تسوقهم على الإنترنت بعد انتهاء الأزمة مقارنة بما كانت عليه قبلها. ولذلك، من المرجح أن تحتفظ منصات التجارة الإلكترونية بالعديد من المكاسب التي حققتها حصتها في السوق في فترة الجائحة.

من الموارد للالتحاق بركب التحول الرقمي. وتسنّى لتجار التجزئة الذين كانت أعمالهم تقتصر على تقديم الخدمات عبر الإنترنت قبل الجائحة تحقيق المكاسب، ما عدا في قطاعات مثل السفر والسياحة. ولا يزال تجار التجزئة التقليديون الذين كانوا يقدمون خدمات عبر الإنترنت قبل الجائحة أكثر استعداداً للحفاظ على حصة كبيرة من إيرادات مبيعاتهم السابقة، حتى ولو كانت زيادة البيع عبر الإنترنت لن تعوّض عن انخفاض عمليات البيع بالطرق التقليدية لدى العديد من الشركات. وبدأت شركات عديدة كانت تنفذ عملياتها بطرق تقليدية حصراً قبل الجائحة تعرض بضائع جديدة عبر الإنترنت، في حين غيرت مؤسسات أخرى نوع بضائعها استجابةً للتغير في متطلبات المستهلكين. أما البلدان التي ظلت تقوم بأعمالها بالطرق التقليدية بشكل حصري، فقد كانت الأكثر تضرراً، سواء بفعل الإغلاق القسري أو تراجع الإقبال عليها.

وقد يكون العديد من التحديات التي تواجه العالم، والمتعلقة بالتنمية الاقتصادية وآثار الجائحة وتطور التجارة الإلكترونية، متشابهاً إلى حد بعيد في المناطق المختلفة. غير أن هناك اختلافات كبيرة بين فرادى البلدان من حيث خصائصها الاقتصادية، وجهوزيتها الرقمية، ومسارها التنموي. وأبرزت الجائحة أهمية التصدي للحواجز المائلة أمام التجارة الإلكترونية للاستفادة من حسناتها، وأيضاً أهمية معالجة الجوانب السلبية المحتملة للتحول الرقمي. وبصفة عامة، الاقتصادات التي كانت تسجل مستويات عالية من استخدام الإنترنت والتسوق عبر الإنترنت قبل انتشار الجائحة هي الأكثر استعداداً للتعامل مع الاضطرابات الناجمة عن التحول الرقمي، وللإفادة من الفرص الرقمية.

# التحديات الماثلة أمام التجارة الإلكترونية، والطريق إلى التعافي

وتصدت المؤسسات التجارية والحكومات للجائحة ولتحديات التجارة الإلكترونية المذكورة أعلاه بطرق متعددة. وكانت المؤسسات التجارية التي سبق أن بدأت مرحلة التحول الرقمي أفضل أداءً من تلك التي لم تشرع فيها. وأثرت بعض المؤسسات، وخصوصاً شركات مشغلي شبكات الاتصالات والمنصات الرقمية، على الفرص المتاحة أمام المؤسسات الأخرى الساعية إلى الاستفادة من التجارة الإلكترونية أو استخدامها للحد من خسائر نماذج الأعمال التقليدية.

وفي حين أن معظم الحكومات أعطت الأولوية لتنفيذ استجابات قصيرة الأجل لجائحة كوفيد-١٩، فقد بدأ بعضها أيضاً بالعمل لاستيفاء متطلبات الانتعاش في الأجل الطويل. والهدف من وضع استراتيجيات التعافي من الجائحة ليس مجرد العودة إلى نموذج «بقاء الأمور على ما كانت عليه» قبل تفشي الجائحة، بل «إعادة البناء على نحو أفضل». وينبغي لهذه الاستراتيجيات أن تستند إلى الخبرات المكتسبة في السابق، وإلى فهم دور التجارة الإلكترونية في التنمية بوصفها محركاً للنمو الاقتصادي والتجارة الشاملة للجميع وخلق فرص العمل، وكلها أمور قادرة على تعزيز الرخاء الاقتصادي والرفاه الاجتماعي. ويمكن للتنوع عن طريق التجارة الإلكترونية، في ظل تعزيز كفاءة الهياكل الأساسية على طول الحدود وإجراء تعديلات تنظيمية، تشجيع الإنتاج المحلي والتجارة عبر الحدود.

أتاحت جائحة كوفيد-١٩ فرصاً لنمو التجارة الإلكترونية؛ وأبرزت الحواجز المزمعة العديدة التي ما برحت تحول دون الاستفادة من التحولات الرقمية؛ وكشفت عن أهمية التصدي للتحديات الماثلة في سبعة مجالات رئيسية متعلقة بالسياسات حددتها «مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع»، إضافة إلى بُعد المساواة بين الجنسين:

تقييمات الجهوية للتجارة الإلكترونية وصياغة الاستراتيجيات ذات الصلة؛



الهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات المتعلقة بها؛



الحلول المتعلقة بالدفع؛



لوجستيات التجارة وتيسير المعاملات التجارية؛



الأطر القانونية والتنظيمية؛



تطوير المهارات الضرورية للتجارة الإلكترونية؛



الحصول على التمويل للتجارة الإلكترونية؛



تمكين رائدات الأعمال في البلدان النامية.





# تقييمات الجهوزية للتجارة الإلكترونية وصياغة الاستراتيجيات ذات الصلة؛



أبرزت جائحة كوفيد19- الحاجة إلى تحديد درجة جهوزية البلدان للتجارة الإلكترونية، وإلى صياغة الاستراتيجيات اللازمة لدعمها. فالبلدان التي تضم حكومات ملمة بالتجارة الإلكترونية، والتي لديها استراتيجيات متجانسة، تمكنت من الاستجابة لاحتياجات قطاع التجارة الإلكترونية بسرعة وفعالية أكثر من غيرها من البلدان. والحكومات التي أعطت الأولوية لتنمية التجارة الإلكترونية، عبر تنفيذ إجراءات منسقة، تمكنت من اعتماد تدابير جديدة وتعديل أنظمتها بثقة وسرعة أكبر.

ويحدد التقرير الإجراءات ذات الأولوية التالية، ويعرضها على الحكومات للنظر فيها:

- جمع البيانات بشكل منهجي، وتقييم أثر السياسات والممارسات التجارية؛
- تحديد الثغرات الحرجة التي ينبغي التدخل لمعالجتها؛
- وضع استراتيجيات التجارة الإلكترونية أو تطويرها، لدمجها في خطط التنمية الوطنية الأوسع نطاقاً وتنفيذها ضمن هياكل متجانسة على مستوى الحكم؛
- تعزيز الحوار بين الوزارات والإدارات لضمان فعالية التنسيق؛
- النهوض بالحوار بين الحكومة والمؤسسات التجارية وجمعيات الأعمال (الجهتي العرض والطلب من التجارة الإلكترونية) وممثلي المستهلكين؛
- تيسير إقامة الشراكات بين القطاعين العام والخاص، لبناء معرفة التجار والمستهلكين بالتجارة الإلكترونية وتوطيد

# الهيكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات المتعلقة بها



إنَّ المؤسسات التجارية والبلدان المتصلة بشبكات الإنترنت الدولية العالية السرعة وذات الأسعار التنافسية هي الأكثر قدرة على رقمنة عملياتها والتنافس في الأسواق الدولية. ويمكن لمحدودية خدمات النطاق العريض وارتفاع كلفتها الحوّل دون توفير خدمات رقمية قابلة للاستمرار، أو دون تقبُّل التجارة الإلكترونية المحلية.

وقد أفضت الجائحة إلى زيادة الطلب على النطاق الترددي والمعدات والخدمات، الدولية والمحلية، وكلها ضرورية لتيسير العمل من المنزل والبحث الحَيّ المباشر. وعلى الرغم من إنهاكها نتيجة لذلك، ظلَّت الشبكات في معظم البلدان أفضل مما كان متوقعاً. وتدخلت بعض الحكومات والمؤسسات التجارية، بطرق مختلفة، للتخفيف من ازدحام الشبكات في الأجل القصير؛ وتوسيع نطاق الاتصال الإلكتروني؛ وخفض التكاليف المترتبة على المستخدمين المعرضين للأخطار، من خلال ضبط الأسعار أو إجراء تعديلات ضريبية. وشرعت بعض الحكومات والمؤسسات التجارية أيضاً في معالجة أوجه القصور الطويلة الأجل في الهياكل الأساسية.

ويوصي التقرير بأن تركز الحكومات والجهات المشغلة للشبكات على ما يلي:

- تشجيع الاستثمار في مجال الاتصال الإلكتروني على الصعيدين الدولي والمحلي، مع إيلاء اهتمام خاص للمناطق النائية والريفية؛
- الاستثمار في الشراكات الرامية إلى تحسين انتشار الشبكات في المناطق التي لا تحصل على خدمات كافية ولا تحقق أرباحاً كبيرة، لضمان ارتفاع الجميع من النطاق العريض؛
- اتخاذ الخطوات اللازمة لتضييق الفجوات الرقمية داخل البلدان، بما في ذلك الفجوة بين الجنسين، وتحسين الاتصال الإلكتروني لدى الجميع بكلفة معقولة؛
- دعم الخدمات الإعلامية والبوابات الإلكترونية ومنصات التجارة الإلكترونية الرامية إلى تلبية احتياجات المؤسسات التجارية المحلية والمستهلكين.

## أساليب الدفع



يكتسي توافر نُظْم الدفع الرقمي واعتمادها واستخدامها بفعالية مع منصات التجارة الإلكترونية أهميةً كبيرةً بالنسبة لانتشار التجارة الإلكترونية. فالتجارة الإلكترونية الدولية محكومة بالقدرة على التسديد للتجار بصورة سريعة وموثوقة وبأسعار عمولة منخفضة، وذلك بين مختلف البلدان ومختلف العملات.

وأثبتت جائحة كوفيد-19- قيمة وسائل الدفع الرقمي وغير النقدي في إجراء المعاملات عن بُعد، على الرغم من أن ثقافة الدفع نقداً لا تزال مهيمنة في العديد من البلدان، ولا سيما في أقل البلدان مُموّلاً. وسيؤدي تقبُّل وسائل الدفع غير النقدي وانتشارها بشكل متزايد إلى تسريع التعافي من الأزمة في الأجل القصير، وسيمهِّد الطريق لتوسُّع نطاق التجارة الإلكترونية.

ويخلص التقرير إلى أنه ينبغي للحكومات والجهات المعنية الأخرى إعطاء الأولوية لما يلي:

- زيادة وعي التجار والمستهلكين بفوائد المعاملات الرقمية؛
- وضع أطر تنظيمية مالية ورقمية تمكينية تيسر تنفيذ المعاملات الرقمية وتضمن أمنها، مما يشمل اتخاذ التدابير اللازمة في مجالات المعاملات الإلكترونية والأمن السيبراني وحماية المستهلك؛
- تشجيع التشغيل البيئي في إطار بيئة مصرفية تنافسية، وذلك لتيسير التحويلات المصرفية الإلكترونية، والحد من تعقيد المعاملات، وخفض التكاليف؛
- تبسيط آليات المعاملات الرقمية (وخفض تكاليف الاشتراك بها) لتحفيز الأشخاص الأقل دخلاً على اعتمادها.



## لوجستيات التجارة وتيسير المعاملات التجارية



التجارة الإلكترونية ليست إلكترونية مائة في المائة، ففي حين أن المنتجات المتداولة على الإنترنت يمكنها أن تحل محل بعض السلع المادية (خصوصاً في مجال الترفيه)، فإن العديد من معاملات التجارة الإلكترونية تتطلب حركةً على مستوى السلع وأو الأشخاص، داخل البلدان أو عبر الحدود. وتُضاف التحديات الناشئة عن التفاعل بين الهياكل الأساسية الرقمية والمادية إلى التحديات القائمة أصلاً في إطار العلاقات التجارية التقليدية. غير أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تتيح سُبلًا جديدة لتيسير التجارة، وذلك عن طريق تحسين كفاءة إدارة البيانات على طول ممرات النقل والمعايير الحدودية.

وقد أبرزت جائحة كوفيد-19- عدم كفاءة لوجستيات النقل والتجارة، مما يستدعي تسريع الاستفادة من المزايا التي تتيحها المعاملات الرقمية للتجار وخصوصاً بالنسبة للبضائع الصغيرة الصادرة عن المؤسسات التجارية الصغرى والصغيرة والمتوسطة. كذلك، زادت الظروف الناجمة عن الجائحة من نقاط الضعف التي تشوب الهياكل الأساسية للتسليم. واستحدثت بعض الحكومات موارد للمعلومات وبوابات ومنصات إلكترونية خلال الجائحة، لمساعدة المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة على اتخاذ المبادرات في مجال التجارة الإلكترونية.

وينبغي للحكومات والجهات المعنية الأخرى التركيز على ما يلي:

- تسهيل رقمنة التجارة الدولية، من خلال الانضمام إلى اتفاق منظمة التجارة العالمية المتعلق بتيسير التجارة، واستخدام أشكال موحدة للوثائق غير الورقية، وتنفيذ العمليات عن طريق النافذة الواحدة وغيرها من الآليات الرامية إلى تسهيل تدفق البضائع على طول ممرات النقل والمعايير الحدودية؛
- الاستثمار في الهياكل الأساسية للنقل، بما يشمل الموانئ والمطارات والمعايير الحدودية، وجميعها بالغة الأهمية بالنسبة لتوزيع السلع الواردة والصادرة التي يتم طلبها عبر الإنترنت من البلدان الأخرى، وذلك على نحو فعال من حيث الكلفة؛
- درس احتمال تطبيق حد أدنى من الإعفاء من الرسوم المفروضة على الشحنات المنخفضة القيمة؛
- الاستثمار في إدخال تحسينات على الشبكات البريدية، بما في ذلك اعتماد العنونة الإلكترونية الكاملة، وإتاحة آليات مبتكرة أو تنافسية لتسليم البريد؛
- دعم إنشاء موارد المعلومات والبوابات والمنصات التي تساعد المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة على دخول أسواق التجارة الإلكترونية.

## الأطر القانونية والتنظيمية



يتطلب التنفيذ الفعال للتجارة الإلكترونية أطراً قانونية وتنظيمية متطورة وشاملة تضمن سهولة مزاولة الأعمال التجارية وترعى الجوانب المختلفة للرقمنة، بما في ذلك التوقيعات والمعاملات الإلكترونية، وإدارة البيانات، وحماية المستهلك، والأمن السيبراني. ولا تزال هذه الأطر غير منقّدة بشكل كاف في العديد من البلدان، مع أنّ الجائحة أثبتت أهميتها في توفير بيئة آمنة وموثوقة وفعالة وسليمة للتجار والمستهلكين على السواء.

وفي هذا المجال، تُشجّع الحكومات والجهات المعنية الأخرى على القيام بما يلي:

- إجراء تحليل للثغرات التنظيمية التي تشوب التشريعات النظرية والتطبيق العملي، لتحديد المجالات التي يلزم اتخاذ تدابير جديدة بشأنها؛
- العمل معاً على وضع نهج شامل في ما يتعلق بالتشريعات والأنظمة على مستوى الحكومة، بما يتماشى مع الاستراتيجيات الوطنية للتجارة الإلكترونية، حيثما وُجدت؛
- التخفيف من الأنظمة التي تمنع أو تؤخّر إقامة الشركات الناشئة وتنفيذ الابتكارات السريعة والعملية في ممارسة الأعمال التجارية، خصوصاً تلك المتعلقة بمشاريع التجارة الإلكترونية؛
- سنّ تشريعات وأنظمة جديدة على وجه السرعة، ولكن مع بذل العناية الواجبة، في المجالات البالغة الأهمية للتجارة الإلكترونية، مثل المعاملات الإلكترونية، وحماية البيانات والمستهلك، والأمن السيبراني، إلى جانب آليات الإنفاذ المناسبة؛
- زيادة الوعي وبناء القدرات لاعتماد الأنظمة وإنفاذها من جانب الحكومة والبرلمان والجهاز القضائي، والامتثال لها من جانب قطاع الأعمال.



المهارات الرقمية أساسية لتطوير الاقتصاد الرقمي. وكما في حالة التحول من التجارة المادية غير الإلكترونية إلى التجارة الإلكترونية، تتطلب معالجة الإرباك الرقمي اكتساب مهارات جديدة تتعلق بالتكنولوجيا المعتمدة والإدارة العامة في المؤسسات التجارية القائمة والناشئة، كما تتطلب محو الأمية الرقمية لدى المستهلكين.

أظهرت جائحة كوفيد-19 أنّ العديد من المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة، لا سيما في البلدان النامية، تفتقر إلى المهارات الفنية والعملية اللازمة للاستفادة من الفرص التي تتيحها التجارة الإلكترونية. وتجهد مؤسسات كثيرة في العثور على أشخاص يتمتعون بالمهارات اللازمة، لتوظيفهم من أجل تلبية الطلب المتزايد في إطار التجارة الإلكترونية. والكثير من المستهلكين، وخصوصاً المستهلكون الجدد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، يفتقرون إلى مهارات الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية واللازمة للاستفادة من الفرص المتاحة للتسوق عبر الإنترنت على أفضل وجه.

ويوصي التقرير الحكومات والجهات المعنية الأخرى بالتركيز على ما يلي:

- العمل في الوزارات والإدارات الحكومية لدعم رفع مستوى المهارات واكتساب مهارات جديدة، وذلك لمواكبة تزايد الطابع الرقمي للمجتمعات والاقتصادات؛
- إقامة الشراكات لتوفير تدريب عملي في مجال التجارة الإلكترونية يكون مصمماً خصيصاً لمراعاة احتياجات أسواق العمل المحلية والخبرة المطلوبة في مجال الأعمال التجارية؛
- بناء مهارات الجهات المعنية في الحكومة والبرلمان، وذلك لصياغة وتنفيذ وإنفاذ السياسات والقوانين والأنظمة الملائمة؛
- تعزيز قدرة قطاعات تكنولوجيا المعلومات المحلية لدعم التحول الرقمي المحلي وتوليد القيمة؛
- ضمان إشراك النساء والفتيات، في ظل عدم تمثيلهن بالشكل الكافي في التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي؛
- إعادة تدريب الموظفين في الهيئات المعنية بدعم الأعمال التجارية، لتحسين قدرتهم على دعم المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية؛
- دعم منصات التجارة الإلكترونية المحلية التي يمكن لجميع الفئات السكانية الوصول إليها؛
- تحسين مهارات الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية وتعزيز معرفة المستهلكين بها.

## الحصول على التمويل للتجارة الإلكترونية



يمثل الحصول على التمويل عقبة رئيسية أمام العديد من الأعمال التجارية الرقمية في البلدان النامية. وكثيراً ما تجد المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة الرامية إلى القيام بمشاريع تجارية إلكترونية في البلدان النامية صعوبةً في الحصول على الاستثمار الذي تحتاج إليه. وفي هذه الحالة، إما تقوم باستثمارات غير كافية، وإما تسعى للحصول على تمويل أقلّ أمنأً وحجماً من مصادر بديلة مثل الأسر والدائنين غير النظاميين.

وخلال جائحة كوفيد19-، سُجّل مزيد من الانخفاض في توافر رأس المال، لا سيما نتيجةً لانخفاض الاستثمار الأجنبي المباشر والتحويلات الدولية، في وقت كانت فيه الحاجة ماسةً إلى استثمارات جديدة لتلبية الطلب المتزايد على التجارة الإلكترونية.

وينبغي للحكومات والجهات المعنية الأخرى التركيز على ما يلي:

- مساعدة المؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة الرقمية في بناء قدراتها المالية، لتحسين فرص حصولها على الاستثمار؛
- مراجعة معايير الإقراض التي تفرضها المصارف، وتكييفها حسب احتياجات الاقتصاد الرقمي الناشئ والابتكار والتجارة الإلكترونية؛
- تشجيع رياديي الأعمال والمؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة على التماس نماذج تمويل بديلة لدى جهات دائنة غير تقليدية.

## تمكين رائدات الأعمال الرقمية



إنّ التمثيل غير المتكافئ للمرأة في الاقتصادات الرقمية هو انعكاس لأوجه عدم المساواة القائمة بين الجنسين منذ ما قبل الجائحة، ولضعف المرأة في النُظُم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

وقد أدت جائحة كوفيد-19 إلى تفاقم الحواجز التي تواجهها نساء كثيرات، مما زاد من صعوبة الاستفادة من الفرص الناجمة عن الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية. فالنساء لسن فقط أكثر عرضة للإصابة بالفيروس بفعل عملهنّ في قطاع الخدمات أو في الخطوط الأمامية، بل إنهن غالباً ما يُستبعدن من عمليات صياغة السياسات التي يُستترشد بها في تنفيذ الاستجابات للجائحة. وفي الغالب، تتولّى المرأة أعمالاً غير مدفوعة الأجر أكثر من الرجل، منها الواجبات المنزلية وتدريب الأطفال في المنزل أثناء الإغلاق. وفي الوقت نفسه، تقلّ الموارد التي يمكنها الاستفادة منها عن تلك المتاحة للرجل. وبالتالي، تعاني المرأة من غياب المساواة بينها وبين الرجل في الوصول إلى الإنترنت والحصول على الموارد الأخرى اللازمة لإقامة المشاريع التجارية.

في ضوء ذلك، ينبغي للحكومات والجهات المعنية الأخرى دعم رائدات الأعمال الرقمية، عن طريق القيام بما يلي:

- وضع استجابات للأزمة تكون ملائمة للأسر وتوفّر حماية اجتماعية أوسع نطاقاً للوالدين، والمرأة على وجه الخصوص، بما في ذلك تنفيذ ترتيبات دوام مرنة؛
- إشراك المرأة في العمليات المتعلقة بالسياسات والأنظمة، بما في ذلك في استكشاف استجابات قصيرة الأجل للأزمة، وذلك لتحديد التحديات التي تواجهها رائدات الأعمال الرقمية والتصدي لها؛
- إيجاد فرص أكثر فعالية وشمولاً لرائدات الأعمال، ليتسنى لهنّ توسيع مروحة علاقاتهنّ وشبكاتهنّ والتعبير عن احتياجاتهنّ وشواغلهنّ، بعدة طرق منها العمل مع صانعي القرار وأصحاب المصلحة الآخرين؛
- دعم الجهود الرامية إلى تنمية مهارات رائدات الأعمال، وتطوير قدرتهنّ على الانضمام إلى منصات التجارة الإلكترونية والمشاركة بفعالية أكبر في سلاسل الإمداد؛
- تشجيع وتحفيز أصحاب المصلحة، بما في ذلك القطاع الخاص والحكومة، على اتخاذ تدابير تشجع النساء على تنظيم المشاريع الرقمية، وذلك خلال الأزمة وفي مرحلة التعافي منها. ويشمل ذلك، مثلاً، تقديم دعم مصمّم خصيصاً لهنّ، وتزويدهنّ برأس مال يراعي احتياجاتهنّ، وفرض رسوم ضريبية مخفّضة عليهنّ؛
- العمل معاً للتصدي للقضايا والعوائق الأوسع نطاقاً التي تواجهها رائدات الأعمال الرقمية، بما في ذلك القوالب النمطية المتعلقة بالمرأة والتحيزّات والمعايير التي تحوّل دون مشاركتهنّ بنشاط في الاقتصاد الرقمي.

## المضي قدماً: الاستفادة من «مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع»

وتنطوي التجارة الإلكترونية على إمكانات كبيرة لتنويع الفرص التجارية المتاحة للمؤسسات التجارية في البلدان النامية ونطاقها الجغرافي، ولتوسيع نطاق المؤسسات القائمة والجديدة على السواء. وهي تؤدي دوراً متزايد الأهمية في توريد السلع والخدمات وتوزيعها في الأسواق المحلية.

ومع ذلك، لا يزال العديد من البلدان النامية يتخبط في ظل التحول الرقمي، بفعل عدة حواجز سبق ذكرها أعلاه. وهذه البلدان في حاجة ماسة إلى التغلب على تلك الحواجز، وإلى وضع أطر تمكينية للتجارة الإلكترونية تحسّن قدرتها على الاستفادة من التجارة الإلكترونية المحلية والعبارة للحدود والاقتصاد الرقمي لتحقيق الأهداف الإنمائية.

تحت وطأة جائحة كوفيد-19، أصبحت مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع أكثر أهمية من أي وقت مضى. فقد أظهرت الجائحة أهمية ضمان الاتساق، وتجنب الازدواجية، وإيجاد حلول فعالة من حيث الكلفة يمكن الارتقاء بها إلى المستوى العالمي.

ومنذ أربع سنوات ولغاية اليوم، يقوم الأونكتاد والجهات الـ ١١ الشريكة في «مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع» بالدعوة إلى اعتماد نهج فعالة على مستوى السياسات، وبدعم عمليات تقييم البيئات الوطنية للتجارة الإلكترونية، وتعزيز التعاون بين أصحاب المصلحة الوطنيين والدوليين بغية تعظيم أوجه التآزر لتسخير التجارة الإلكترونية خدمة للتنمية.

## تحليلات وتوصيات بشأن السياسات العامة

أظهرت جائحة كوفيد-19 أهمية استكشاف النهج المرتكزة على الأدلة، وتجنّب الازدواجية، والاستفادة من أوجه التآزر التي تنطوي عليها الشراكات الفعالة. وتتيح «مبادرة التجارة الإلكترونية للجميع» فرصة للتعاون على نحو يعود بالفائدة على الجميع، وينبغي الاستفادة منها على أكمل وجه في جهود التعافي.

ويتماشى هدف هذه المبادرة مع توصيات الفريق الرفيع المستوى المعني بالتعاون الرقمي التابع للأمم المتحدة، ومع خارطة طريق التعاون الرقمي التي وضعها بهدف توطيد التعاون بين أصحاب المصلحة المتعددين في هذا العصر الرقمي.

ويرمي هذا التقرير، وأيضاً التقارير الإقليمية ذات الصلة التي أعدها لجان الأمم المتحدة الإقليمية الأخرى، إلى حفز النقاش وتنفيذ المبادرات المناسبة في مجال السياسات العامة في البلدان، وذلك على جميع مستويات التنمية.

نظراً إلى أنّ جائحة كوفيد-19 قد سرّعت وتيرة التحول إلى الاقتصاد الرقمي، يؤكّد التقرير على الحاجة إلى بذل جهود أكبر من جانب ثلاث جهات معنية رئيسية، لاكتساب فوائد أكثر شمولاً من التجارة الإلكترونية، على النحو التالي:

• ينبغي للحكومات أن تعطي الأولوية للجهوية الرقمية الوطنية حتى يتسنى للمزيد من المؤسسات التجارية المحلية أن تشارك بفعالية في المشهد الاقتصادي المتطور باستمرار. ويتطلب بناء بيئة تمكينية للتجارة الإلكترونية إجراء تغييرات في السياسات العامة والممارسات التجارية، من أجل تحسين الهياكل الأساسية الرقمية والتجارية، وتيسير الدفع الرقمي، ووضع الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة؛

• ينبغي تجهيز المؤسسات التجارية في البلدان النامية بشكل أفضل للمشاركة في الاقتصاد الرقمي. ويتطلب ذلك الإسراع في رقمنة المؤسسات الصغيرة، وزيادة الاهتمام بريادة الأعمال الرقمية (كما في ذلك اكتساب مهارات جديدة)، وتحسين القدرات في تجميع البيانات وتسخيرها، ووضع أطر تنظيمية أقوى لتوليد القيمة في الاقتصاد الرقمي والحفاظ عليها؛

• إنّ مكونات المجتمع الدولي، بما في ذلك الشركاء في التنمية، ووكالات الأمم المتحدة ولجانها، والهيئات الاقتصادية الإقليمية، والمنظمات المعنية بالتنمية الرقمية، بحاجة إلى تعزيز التعاون في ما بينها ومع الحكومات والقطاع الخاص، للاستفادة من الفرص المتاحة، والتقليل إلى أدنى حد ممكن من خطر استثناء البلدان من ركب التنمية.





UNITED NATIONS

الاسكوا  
ESCWA



# كوفيد-19- والتجارة الإلكترونية: استعراض عالمي

## ملخص تنفيذي

