



تجارت دیجیتال:

فرصت ها و اقدامات برای کشورهای در حال توسعه

مرکز آموزش و پژوهش های اقتصادی و اجتماعی اتاق بازرگانی فارس

گزارش شماره ۳۲ / ۰۱

سال ۱۴۰۰



موضوع گزارش:

تجارت دیجیتال:

فرصت ها و اقدامات برای کشورهای در حال توسعه

تاریخ ارائه: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

برگردان و تنظیم کننده: نجمه ایزدی

- مقدمه

تجارت دیجیتال اهمیت فزاینده‌ای دارد و هم تجارت دیجیتالی کالا و خدمات (تجارت الکترونیک فرامرزی (تجارت الکترونیک)) و هم تحویل دیجیتالی (خدمات ارائه شده در سطح بین‌المللی از طریق اینترنت یا سایر شبکه‌ها) را شامل می‌شود. با این حال، کشورها در آمادگی خود برای تجارت دیجیتال بسیار متفاوت هستند. اگر سهم کشورهای در حال توسعه، به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته، در تجارت جهانی افزایش یابد، همانطور که در دستور کار ۲۰۳۰ برای توسعه پایدار پیش بینی شده است، اقداماتی برای تقویت ظرفیت آنها برای بهره مندی از تجارت دیجیتال لازم است. بیماری همه گیر کووید ۱۹ این نیاز را بیش از پیش ضروری کرده است.

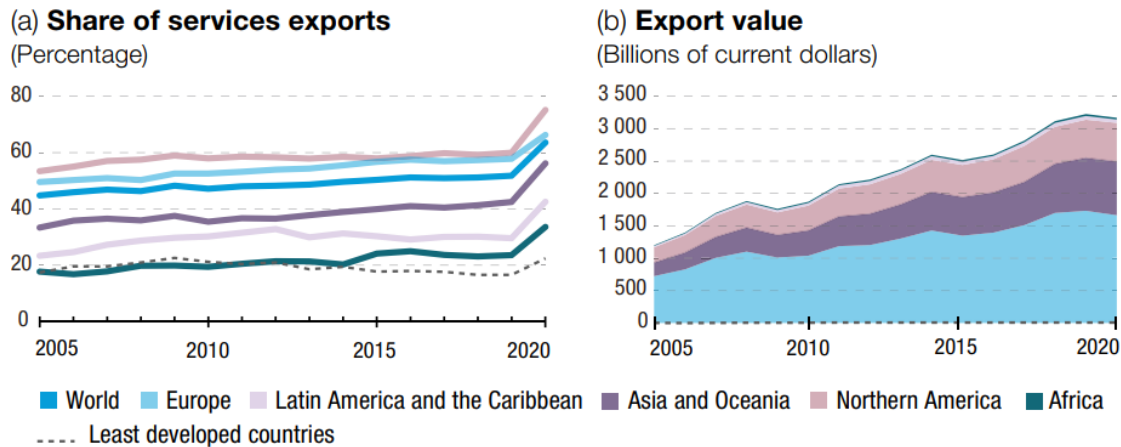
- تجارت دیجیتال چیست و چرا اهمیت دارد؟

در سال ۲۰۲۰، تجارت دیجیتال توسط سه سازمان بین‌المللی به عنوان «کلیه تجارتي که به صورت دیجیتال سفارش داده می‌شود و یا به صورت دیجیتالی تحویل می‌شود» تعریف شد. بر اساس این تعریف، تجارت تحویل دیجیتال عبارت است از «معاملات بین‌المللی که از راه دور در قالب الکترونیکی و با استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای تحویل داده می‌شوند» و تجارت سفارش شده دیجیتالی «فروش یا خرید بین‌المللی یک کالا یا خدمت، که از طریق شبکه‌های رایانه‌ای با روش‌هایی که مخصوصاً برای دریافت یا سفارش‌گذاری طراحی شده‌اند انجام می‌شود».

تجارت ارائه شده به صورت دیجیتالی مردم و مشاغل به طور فزاینده‌ای از ابزارهای آنلاین خرید و فروش استفاده می‌کنند و زنجیره‌های ارزش جهانی بیش از پیش دیجیتالی شده‌اند. اکنون برای کسب و کارها در کشورهای در حال توسعه داشتن ظرفیت تجارت دیجیتال ضروری است. این بیماری همه گیر به برجسته کردن اهمیت فناوری‌های دیجیتال در حمایت از تجارت بین‌المللی کمک کرده است. در سال ۲۰۲۰، صادرات خدمات جهانی ۲۰ درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش یافت، اما صادرات قابل تحویل دیجیتالی - خدماتی که می‌توانند از راه دور از طریق شبکه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) مانند اینترنت ارائه شوند - نسبتاً انعطاف پذیر بوده و تنها ۱.۸ کاهش یافته است. در نتیجه، خدمات قابل تحویل دیجیتال به تقریباً ۶۴ درصد از صادرات خدمات جهانی رسید (شکل را ببینید).



صادرات خدمات قابل تحویل دیجیتال، بر اساس گروه بندی منطقه و کشور



این تحولات یک روند از قبل موجود را سرعت بخشیده است، یعنی اینکه خدمات قابل تحویل دیجیتال در حال تبدیل شدن به یک عنصر مهم تر از تجارت خدمات هستند. از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹، صادرات جهانی خدمات قابل تحویل دیجیتالی با نرخ اسمی متوسط ۱۲ درصد در سال و با نرخ ۲۱ درصد در آسیا رشد کرد. سهم خدمات قابل تحویل دیجیتال در کل صادرات خدمات جهانی از ۴۵ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۵۲ درصد در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است.

بزرگترین مؤلفه خدمات قابل تحویل دیجیتال، دسته وسیع و متنوع «سایر خدمات تجاری» و پس از آن «خدمات مخابراتی، رایانه و اطلاعات» است. انواع خدمات به عنوان قابل تحویل دیجیتالی شناسایی شده اند (که به آنها «بالقوه فعال ICT» نیز گفته می شود)، اما سهم خدماتی که واقعاً به صورت دیجیتالی ارائه می شوند معمولاً متمایز نیست. آنکتاب در حال کار با کشورها برای اندازه گیری این از طریق نظرسنجی است. نتایج اولیه به دست آمده از کاستاریکا، هند و تایلند نشان می دهد که بین ۸۰ تا ۹۹ درصد خدماتی که می توانند از طریق شبکه های ICT ارائه شوند، در واقع به این روش ارائه می شوند.

- تحویل دیجیتال تجارت

تجارت دیجیتال سفارش داده شده زیرمجموعه ای از تجارت الکترونیک است. در سال ۲۰۲۰، ۲۴ درصد از شرکت ها سفارشات را به صورت آنلاین دریافت کردند و بیش از ۴۰ درصد از شرکت ها به صورت آنلاین سفارش دادند. جذب بر اساس اندازه شرکت متفاوت است. به طور متوسط، بیش از دو برابر سهم شرکت های بزرگ در مقایسه با شرکت های کوچک، به صورت آنلاین فروش می کنند. با توجه به مصرف کنندگان، تخمین زده می شود که ۱.۵ میلیارد نفر، یا ۲۷ درصد از جمعیت جهانی ۱۵ ساله و بالاتر، در سال ۲۰۱۹ به صورت آنلاین خرید کرده اند. در میان ۲۷ کشور عضو OECD که داده های مربوط به آنها در دسترس است، سهم مردمی که به صورت آنلاین خرید می کنند افزایش یافته است. ۵.۲ درصد در سال ۲۰۲۰. این بزرگترین افزایش از زمان شروع رکوردها در سال ۲۰۰۵ بود.



از نظر ارزش اقتصادی، کل تجارت الکترونیکی در سال ۲۰۱۹ به ۲۶.۷ تریلیون دلار در سطح جهان رسیده است که شامل معاملات داخلی و بین‌المللی می‌شود. در دسترس بودن آمار قابل اعتماد در مورد سهم تجارت الکترونیک فرامرزی محدود است؛ تخمین زده می‌شود از ۴.۹ تریلیون دلار مبادلات تجارت الکترونیکی (کسب و کار به مصرف کننده) حدود ۴۴۰ میلیارد دلار تجارت فرامرزی الکترونیکی باشد. در سال ۲۰۲۰، از هر چهار خریدار آنلاین، یک نفر خریدهای فرامرزی انجام داد. با این حال، تراکنش‌های تجارت الکترونیکی به کسب‌وکار به کسب‌وکار ۸۲ درصد تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهند، اما سهمی که بین‌المللی است و بنابراین بخشی از تجارت دیجیتال را تشکیل می‌دهد هنوز مشخص نشده است.

نیاز به توافق بر سر روش‌های اندازه‌گیری تجارت الکترونیک فرامرزی و افزایش تعداد کشورهایی که چنین آماری را تولید می‌کنند، وجود دارد. در عین حال، آمارهای مربوط به تجارت خدمات ارائه شده به صورت دیجیتالی (در مقابل خدمات قابل تحویل دیجیتال) نیز باید بیشتر توسعه یابد و به طور گسترده تری گردآوری شود تا بتوان به ارقام کامل و قوی برای تجارت دیجیتال دست یافت و از سیاست گذاری مبتنی بر شواهد حمایت کرد.

- رشد بسیار نابرابر تجارت دیجیتال

خدمات قابل تحویل دیجیتال همچنان سهم کمتری از صادرات را در کشورهای کمتر توسعه یافته و آفریقا و آمریکای لاتین و دریای کارائیب نسبت به سایر نقاط جهان به خود اختصاص می‌دهد. به طور مشابه، در حالی که بیش از نیمی از جمعیت کشورهای پردرآمد در سال ۲۰۱۹ به صورت آنلاین خرید می‌کردند، این رقم در کشورهای کم درآمد تنها ۲ درصد بود.

کشورهای کمتر دیجیتالی شده در استفاده از تجارت الکترونیک در مضیقه هستند. آنها همچنین کمتر می‌توانند از انعطاف پذیری تجارت خدمات قابل تحویل دیجیتال در پاسخ به شوک‌هایی مانند همه‌گیری بهره‌برند و بنابراین احتمالاً کاهش شدیدتری در درآمد صادرات و رشد اقتصادی را تجربه خواهند کرد. به طور کلی، از آنجایی که سفارش و تحویل دیجیتال برای دسترسی به بازارها در بسیاری از نقاط جهان به طور فزاینده‌ای حیاتی شده‌اند، آن‌هایی که توانایی تجارت دیجیتالی ندارند، از نظر اقتصادی بیشتر عقب می‌مانند.

- اقدامات سیاستی توصیه شده

اتصال فناوری اطلاعات و ارتباطات

برای اطمینان از اتصال کافی، مقرون به صرفه و قابل اعتماد برای مردم و شرکت‌ها تا بتوانند در تجارت دیجیتال شرکت کنند، بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیاز به ایجاد و نگهداری شبکه‌های پرسرعت، قابل اعتماد و مقرون به صرفه،



با پوشش وسیع جمعیتی و همچنین اطمینان از در دسترس بودن دارند. دستگاه های مقرون به صرفه اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- تضمین بازار ارتباطات راه دور باز، شفاف و منصفانه که سرمایه گذاری داخلی و خارجی را در زیرساخت ها جذب می کند، به عنوان مثال، از طریق اشتراک زیرساخت، مدیریت موثر طیف و کاهش مالیات بر تجهیزات و خدمات ICT.
- تسهیل واردات تجهیزات و خدمات مربوط از طریق تسریع مجوزهای نظارتی و فرآیندهای تسهیل تجارت، و همچنین کاهش عوارض واردات تجهیزات ICT
- افزایش سرمایه گذاری عمومی در زیرساخت ها

آموزش، مهارت و آگاهی

انطباق با تغییرات در بازار کار و الزامات مهارتی ناشی از دیجیتالی شدن مستلزم تغییراتی در سیستم های آموزش رسمی و همچنین استراتژی های توسعه مهارت های دولتی و خصوصی است. اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- ادغام فناوری اطلاعات و ارتباطات در تمام سطوح آموزشی، پذیرش همکاری صنعتی در توسعه برنامه های درسی و اصلاح روش های تدریس برای ارتقای مهارت های غیرشناختی مکمل مانند رهبری و مهارت های اجتماعی و رفتاری.
- گسترش فرصت ها برای کارگران و معلمان برای بازآموزی و ارتقاء مهارت ها، از طریق ارائه برنامه های سواد دیجیتال، الگوها و شبکه ها، و همچنین مشوق هایی برای کارگران و شرکت ها.
- اجرای کمپین های آگاهی برای اطمینان از اینکه افراد، تصمیم گیرندگان تجاری و سیاست گذاران فرصت ها و چالش های تجارت دیجیتال را درک می کنند.

تسهیل تجارت

کشورها باید خود را با افزایش سطح تحویل دیجیتال و تغییر از محموله های بزرگ به تعداد زیادی بسته کوچک که توسط تجارت الکترونیک فرامرزی ایجاد می شود، وفق دهند. اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- اجرای موافقتنامه تسهیل تجارت تحت سازمان تجارت جهانی، برای نوسازی و ساده سازی فرآیندهای گمرکی، از جمله از طریق استفاده از دستورالعمل های آنکتاد برای تطبیق سیستم خودکار داده های گمرکی.
- پیاده سازی سیستم های دیجیتال تک پنجره ای برای اطمینان از تعاملات کارآمد بین واردکنندگان، صادرکنندگان و مقامات



- معرفی فرآیندهای صادراتی ساده برای محموله هایی با وزن و ارزش فیزیکی کم، به منظور افزایش صادرات توسط مشاغل کوچک.

شرکت های خرد، کوچک و متوسط

کشورها باید استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را در میان شرکت های کوچک تر تقویت کنند تا بتوانند ادغام مؤثر آنها را در زنجیره های ارزش جهانی که به طور فزاینده ای به راه حل های دیجیتال متکی هستند، ایجاد کنند. اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- تضمین دسترسی مقرون به صرفه به زیرساخت ICT
- تقویت در دسترس بودن مهارت های مرتبط و همچنین دانش تجارت الکترونیک و تحویل دیجیتال در بین تصمیم گیرندگان تجاری، از طریق آموزش و ظرفیت سازی
- انطباق ترویج تجارت با استفاده از پلتفرم های آنلاین و کانال های بازاریابی آنلاین و با حمایت از کسب و کارها در رعایت استانداردهای دیجیتالی قابل اجرا در بازارهای هدف.

شمول مبتنی بر جنسیت


کشورها باید شکاف دیجیتال مبتنی بر جنسیت را که توانایی زنان را برای مشارکت در تجارت دیجیتال محدود می کند و در آفریقا و کشورهای کمتر توسعه یافته بارزتر است، پر کنند. اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- ایجاد شبکه هایی برای زنان کارآفرین در تجارت الکترونیک، برای اطمینان از صدای قوی در بحث های سیاست، از جمله با یادگیری از طرح تجارت الکترونیک برای زنان
- نمایش الگوهای زنان در تجارت دیجیتال و انتشار شیوه های خوب در مورد چگونگی رشد کسب و کار و دسترسی به بازارهای صادراتی
- توسعه آمار تفکیک جنسیتی

چارچوب های نظارتی

کشورها باید سیاست ها، قوانین و مقررات مناسبی را وضع کنند. اقدامات کلیدی شامل موارد زیر است:

- ترویج اقتصاد دیجیتال برای توسعه و تشویق کارآفرینی دیجیتال
- به رسمیت شناختن معادل قانونی مبادلات کاغذی و الکترونیکی
- ایجاد استانداردهایی برای حفظ حریم خصوصی و داده ها، با در نظر گرفتن سازگاری با استانداردهای پذیرفته شده توسط شرکای تجاری کلیدی

کد مدرک: FCCIM-FR-۰۰۹-۰۰۰	گزارش	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی فارس 
تاریخ:		

- محافظت از خریداران و فروشندگان در برابر جرائم سایبری
- اعطای حقوق مصرف کننده و ارائه کانال برای رجوع در صورت ضرر یا زیان مربوط به تجارت دیجیتال

- منبع

- Digital trade: Opportunities and actions for developing countries, UNCTAD, Policy Brife, January ۲۰۲۲