

Distr.
GENERAL

CES/SEM.52/5
29 September 2003

ARABIC
Original: ENGLISH

اللجنة الإحصائية ولجنة الأمم المتحدة الاقتصادية
لأوروبا مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية
(الأونكتاد)

مؤتمر الإحصائيين الأوروبيين

معهد اليونسكو للإحصاء

الاتحاد الدولي للاتصالات

منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

المكتب الإحصائي للاتحادات الأوروبية

حلقة العمل الإحصائية المشتركة بين لجنة الأمم المتحدة
الاقتصادية لأوروبا والأونكتاد واليونسكو والاتحاد الدولي
للاتصالات ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي
والمكتب الإحصائي للاتحادات الأوروبية المعنية برصد مجتمع
المعلومات: البيانات والقياس والأساليب
(جنيف، ٨-٩ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٣)

قياسات التجارة الإلكترونية وتحليلها

ورقة بحث رئيسية

السيد تيم ديفيس، الهيئة الكندية للإحصاءات

أولاً - مقدمة

١ - ظهرت التجارة الإلكترونية في فترة زمنية جد قصيرة لتحظى بأهمية بالغة في عالم الأعمال والاقتصاد. ويتمتع هذا النوع من التجارة بالقدرة على إحداث تغييرات جذرية في الاقتصاد السائد وفي الهياكل والترتيبات الاجتماعية القائمة. ولا عجب في أن تشكل هذه التجارة الشغل الشاغل لصانعي السياسات العامة وللشركات التجارية في السنوات القليلة الأخيرة.

٢ - فالتجارة الإلكترونية تعني الشيء الكثير بالنسبة للعديد من الناس. فما أن هلت حتى احتدم النقاش حول تعريف ماهيتها. فالبعض يرى أنها مجرد تجارة باستخدام الحاسوب، بينما يراها الغير بمثابة التعريف الأشمل للأنشطة

التجارية التي تُمارس عبر قنوات بواسطة الحاسوب. وقد وُضعت تعاريف التجارة الإلكترونية وقياساتها، في العديد من الحالات، لأهداف تسويقية وليس حرصاً على التوصل إلى تحليلات وسياسات دقيقة ولا إلى بلوغ أية أهداف قياسية تطبيقية أخرى.

٣- وليست التجارة الإلكترونية مجرد تكنولوجيا من التكنولوجيات - وإنما هي ظاهرة تعم كل مكان نشأت حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولها القدرة على التأثير في كل جانب من جوانب السلسلة القيمة للسلع والخدمات. وتطرح القضايا التي تحيط بالتجارة الإلكترونية تحديات كبيرة أمام الشركات التجارية وأمام صانعي السياسات، بما أن صياغة أجوبة على هذه التحديات تقتضي وضع أطر جديدة.

٤- فالجدل الذي يطرحه التعريف بمهية التجارة الإلكترونية وكذلك انتشارها وسعتها مسائل تقتضي بالتأكيد دقة أكبر في وضع تعاريف تناسبها. وقد قدم مجتمع الإحصاءات الدولي، ولحسن الحظ تم على هذه الإشكالية، وهو الرد الوارد أدناه في إطار الفصلين المعنويين "السياق الدولي" و"أسس التجارة الإلكترونية".

ثانياً - السياق الكندي

٥- بدأت كندا تغزو ميدان قياس التجارة الإلكترونية في وقت مبكر نسبياً، مستعينة في ذلك بحسن الحظ وبالتخطيط الجيد، ومبرزة، منذ البداية، مدخلات تشترك فيها المصالح الإحصائية ومصالح السياسة العامة.

٦- ووضعت حكومة كندا في عام ١٩٩٨ برنامج "وصل الكنديين بالإنترنت". واشتمل هذا البرنامج على سياسات وأنشطة لتسهيل وصول الشركات التجارية والأسر والمجتمعات المحلية إلى الإنترنت لدعم المبيعات أو توريد البضائع أو الخدمات على الإنترنت، سواء من القطاع العام أو من القطاع الخاص.

٧- وقد اشتملت الاستراتيجية الحكومية الكندية للتجارة الإلكترونية على خلق نوع من "الظروف الإطارية"، التي من شأنها أن توفر بيئة تفضي إلى عقد صفقات تجارية على الإنترنت. ومن بين هذه "الظروف الإطارية"، خلق نظام ضرائب محايد تكنولوجياً ووضع سياسات خاصة بالتشفير وبالهياكل الرئيسية العامة، ووضع مبادئ توجيهية لحماية المستهلك، وتشريعات لحماية المعلومات الشخصية.

٨- وعلى الرغم من أن هذه المبادرات قد أظهرت نجاحاتها وامتيازها، إلا أن الهيئة الكندية للإحصاءات وصانعي السياسات العامة كانوا على وعي بأن الحاجة تدعو إلى اتخاذ تدابير بإمكانها أن تسمح برصد التقدم المحرز في وصل الكنديين بالإنترنت وتقييم آثاره على الشركات التجارية وعلى الأفراد. وقد اشترك كل من الهيئة الكندية للإحصاءات وصانعي السياسات العامة في تقديم اقتراح إلى الحكومة بإنشاء "صندوق" (يكون في شكل مبلغ يُرصد سنوياً في الميزانية) بغرض وضع برنامج قياس لإلقاء الضوء على قضايا السياسات العامة ذات الأهمية

المباشرة والراهنه بالنسبة للدوائر الاتحادية. وذلك حرصاً على أن تُحدد الأولويات وفقاً لاحتياجات السياسة العامة، وليس مجرد الاهتمام بالقضايا الإحصائية. وبناء عليه، تم اقتراح تحديد "فجوات" البيانات من طرف فريق مشترك بين الإدارات، ولكن مع وجود خيار يسمح لرئيس الخبراء الإحصائيين في كندا برفض أي مشروع.

٩- ووافقت الحكومة على إنشاء هذا "الصندوق"، وكان أحد المشاريع الممولة من خلال هذه المبادرة يتمثل في وضع برنامج سنوي من المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية للوصل بالإنترنت، وكانت التجارة الإلكترونية جزءاً من هذا البرنامج. وقد أسفر ذلك عن مشاركة تعاونية بين إدارة السياسات العامة والمكتب الإحصائي، وهو شرط كان أساس نجاح برنامج التجارة الإلكترونية، وكان كفيلاً بالسهر على أن تُستخدم وظيفة إنشاء قواعد بيانات جديدة لدعم تحليل السياسات. كما وضع برنامج وصل الكنديين بالإنترنت أهدافاً طموحة لإحراز تقدم في هذا الميدان مما أكد على ضرورة إيجاد قياسات ثابتة. ويرد أدناه عرض توضيحي لبرامج البيانات والتحليلات التي أسفرت عنها هذه المشاريع.

١٠- وفي الوقت الذي كانت فيه الحكومة الكندية تركز على الوصل بالإنترنت وعلى برامج قياس التجارة الإلكترونية، ازداد الانشغال بهذا الموضوع على الصعيد الدولي، واضطلعت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بدور ريادي فيه. وجنت كندا مزايا هامة من هذا المنتدى الدولي فيما اضطلعت أيضاً بدور نشط من خلال مشاركة الإحصائيين الكنديين وصانعي السياسة في عملية بناء توافق دولي في الآراء.

ثالثاً- السياق الدولي

١١- حدد المؤتمر الوزاري بشأن التجارة الإلكترونية، الذي عقدته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في عام ١٩٩٨ في أوتاوا، العديد من الفجوات القائمة في الإحصاءات الرسمية. وتم تكليف الفريق العامل التابع للمنظمة والمعني بوضع مؤشرات لمجتمع المعلومات بولاية وضع تعاريف عملية للتجارة الإلكترونية وثيقة الصلة بالسياسة العامة وقابلة للاستعمال، وصاحب ذلك وضع مبادئ توجيهية لاستخدامها. ووضع الفريق العامل، بادئ ذي بدء، تعاريف للتجارة الإلكترونية في عام ٢٠٠٠، وبعد ذلك أدخل عليها تنقيحات طفيفة وأضاف مبادئ توجيهية لتطبيقها فضلاً عن دراسة استقصائية نموذجية عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية. وقد كانت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي من صرح بنشر العديد من عناصر التعريف التي توصلت إليها دراسة استقصائية نموذجية. ولا يزال البحث جارياً حول العناصر المكونة لدراسات استقصائية نموذجية أخرى.

١٢- وما انفك عمل المنظمة، منذ عام ١٩٩٨، يُساهم مساهمة بناءة في الحث على فهم التجارة الإلكترونية. ولم يُساهم العمل في مجال المفاهيم والتعاريف وتطبيقات الدراسات الاستقصائية العملية وحده في دعم قياس

التجارة الإلكترونية، في البلدان الأعضاء وغير الأعضاء على حد سواء، وإنما كان للنتائج التحليلية التي توصلت إليها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي إسهام في هذا الميدان.

١٣- وفضلاً عن التدابير المتخذة في كندا، تجرى دراسات استقصائية للتجارة الإلكترونية ولاستخدام الأسرة للإنترنت في العديد من البلدان الأعضاء في المنظمة. كما تساهم قابلية المقارنة الدولية في إثراء قيمة هذه الاستقصاءات.

١٤- ومما يحتل أهمية قصوى في السياق الدولي الحاجة إلى قياس آثار التجارة الإلكترونية في البلدان النامية. فالعديد من البلدان تواق لبناء ونشر قدرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية الاستفادة من المزايا الملموسة لهذه التكنولوجيا على النمو والتنمية. ومن الواضح أن إقامة هيكل أساسي للتجارة الإلكترونية من شأنه أن يساعد الشركات التجارية على تحسين مستوى المنافسة وأن يمد الشركات التجارية والأفراد بالأدوات التي تساعدهم على التقليل من حدة الفقر وتحسين الرفاه الاجتماعي والاقتصادي عن طريق تحقيق النمو الاقتصادي. بيد أن هذه البلدان لا تمتلك، في الوقت الراهن، إلا قدرًا ضئيلاً من البيانات عن أنشطة التجارة الإلكترونية للشركات التجارية والأسر. وقد يكون من المضلل الاعتقاد بأن أنشطة التجارة الإلكترونية وآثارها تتشابه في البلدان النامية والبلدان المتقدمة. ومن غير الصواب إذن صياغة سياسات تتعلق بالتجارة الإلكترونية في البلدان النامية على غرار التجربة التي خاضتها الاقتصادات الأكثر تقدماً في هذا الميدان. ومن المستصوب جداً تنفيذ برامج قياس التجارة الإلكترونية في البلدان النامية، وهو ما قد يساعد بدوره على توجيه السياسات نحو أكثر الطرق نفعاً، بما أن هذه الأنشطة لا تزال في طور الانطلاق وليست قائمة منذ عهد بعيد.

رابعاً- أسس التجارة الإلكترونية

١٥- على الرغم من أنه غالباً ما يشار إلى قياس التجارة الإلكترونية في العديد من الدراسات الأخرى التي تهتم بهذا الميدان، إلا أن عدة جوانب من الجوانب الأساسية الهامة لقياس هذا النوع من التجارة من المفيد تكرارها.

تحديد إطار لعمليات القياس

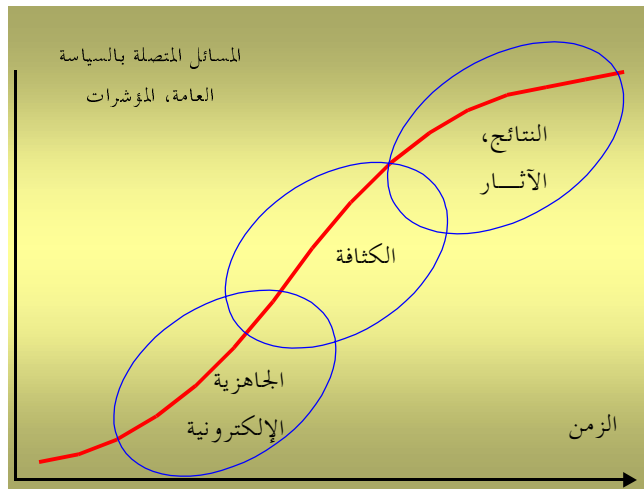
١٦- من المهم في المرحلة الأولى أن يعكس قياس التجارة الإلكترونية لبلد من البلدان حالة تطور النشاط التجاري في هذا البلد. وقد وضعت الدائرة الحكومية الكندية (هيئة الصناعة الكندية) رسماً بيانياً مبسطاً ومفيداً يربط بين جاهزية البلد من حيث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكثافة استخدامه لها وما يترتب على ذلك من آثار وبين المتطلبات المتغيرة في مجال المعلومات. وينطبق هذا المنحنى المتتوي في شكل "S" (S-Curve) (الرسم البياني ١)، على نحو مماثل، على أنشطة معينة لها صلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من قبيل التجارة الإلكترونية. ويوضح

الرسم البياني مختلف الاحتياجات الإعلامية التي تظهر. بمجرد تطور الأنشطة ذات الصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (أو ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية). وقد اعتمد هذا الرسم العديد من البلدان كإطار للقيام بالعمل الإحصائي.

١٧ - وفي المرحلة الأولى تحظى التدابير المتعلقة بالجهازية الإلكترونية، التي تربط بين الأفراد والشركات التجارية والهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بأكثر قدر من الاهتمام. وبما أن أنشطة التجارة الإلكترونية قد أضحت أمراً واقعاً، فمن المستصوب قياس ممارستها أو كثافتها. ويمكن، بل وينبغي، توجيه الاهتمام في البلدان التي أصبحت التجارة الإلكترونية فيها أمراً قائماً إلى قياس آثار هذه التجارة.

١٨ - ومن بين أهم انعكاسات هذا الإطار كون بعض برامج البيانات، وإن كانت هامة في مرحلة مبكرة، لن تكون ضرورية أبداً الدهر. ومن المحتمل أن يكون الدخول إلى الإنترنت والتجارة الإلكترونية عالمياً وألا تكون لاستمرار قياس هذه التجارة أية صلة بالسياسات العامة. ويبقى هذا الاحتمال واحداً من أهم المؤشرات الرئيسية في الوقت الحاضر.

الرسم البياني ١ - نضج الأسواق الإلكترونية: المنحني في شكل "S" (S-curve)



المصدر: (1999) Industry Canada.

التعاريف

١٩ - ساهمت بلورة مجموعة جد متنوعة من الأنشطة ذات الاتجاه الإلكتروني والاقتصادي في فترة جد وجيزة في وجود فيض وفير من المصطلحات المختلفة التي يمكن استبدال بعضها ببعض. ومن ثم استخدمت مصطلحات من قبيل التجارة الإلكترونية والأعمال التجارية الإلكترونية والخدمات الإلكترونية وبرنامج التبادل الإلكتروني

للبائانات على شبكة الإنترنت، وكذلك الشبكة والإنترنت للدلالة على أنشطة متشابهة. وكان التوصل إلى اتفاق بشأن تعريف واضح للتجارة الإلكترونية، لا سيما التوصل إلى تعريف يمكن تطبيقه بسهولة عبر البلدان لأغراض القياس، تحدياً كبيراً في واقع الأمر.

٢٠- ويمكن أساس تعريف التجارة الإلكترونية في المصطلحين "إلكترونية" و"التجارة". بيد أن عبارة التجارة الإلكترونية لو شملت كل المفاهيم التي يحتويها هذان المصطلحان لكان مفهومها، في واقع الأمر، جد واسع ولكان من الصعب قياسه. وسرعان ما ركز الخبراء على الصفقات الملموسة، التي تُعقد عبر قنوات تستخدم الحاسوب، بدل التركيز على المفهوم الأوسع للتجارة أو النشاط التجاري. ويبقى المفهوم الأوسع لممارسة النشاط التجاري الإلكتروني (عبر كم هائل من العمليات التجارية الإلكترونية الموضحة أدناه) يشكل أهمية بالغة لكل من رجال الأعمال وصانعي السياسات العامة، إلا أن الضرورة تقتضي تركيزاً أدق بغية إحراز تقدم في تعريف التجارة الإلكترونية وقياسها. وما الصفقة التجارية إلا حدث محدود وقابل للقياس يمكن تمييزه عن عدد لا يُعد ولا يُحصى من الأنشطة التجارية.

٢١- وفي عام ٢٠٠٠، اعتمدت البلدان الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي تعاريف التجارة الإلكترونية التي اعتمدت في وضعها على كم لا يُستهان به من العمل الدؤوب، وعلى المناقشات التي أجرتها البلدان الأعضاء فيما بينها. وتم الاعتماد، في وضع مفاهيم لهذه العبارة، على الحاجة إلى برامج عملية يمكن للبلدان تنفيذها وتطرح أسئلة يمكن للجهات المستجيبة أن ترد عليها. وشاركت كندا بنشاط في المناقشات التي تمخضت عنها هذه التعاريف، وشاركها في ذلك العديد من البلدان الأعضاء. وبغية استيعاب الاحتياجات الكندية وحقائق الجهات المستجيبة، أجرت كندا دراسة حول التعاريف الممكن وضعها بالنسبة للتجارة الإلكترونية بالإضافة إلى إجراء حوارات تجريبية في بعض القطاعات الهامة.

٢٢- وتمخض العمل الذي قامت به المنظمة عن بلورة تعريفين متداخلين لصفقات التجارة الإلكترونية، أحدهما واسع والثاني ضيق. ويرد هذان التعريفان أدناه مع المبادئ التوجيهية لتفسيرهما.

٢٣- ومن بين المبادئ الأساسية التي تركز عليها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في التعريف الذي وضعته، أن الأسلوب الذي يجري به تقديم الطلب (أو تلقيه) هو الذي يحدد ما إذا كانت صفقة ما تدرج في إطار "التجارة الإلكترونية" أم لا. ويتم تسديد ثمن الصفقة التجارية وتسليم البضاعة أو الخدمة المطلوبة عن طريق الشبكة أو خارجها.

صفقات التجارة الإلكترونية	تعريف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي	مبادئ توجيهية لتفسير التعاريف (اقتراح الفريق العامل المعني بوضع مؤشرات لمجتمع المعلومات، نيسان/أبريل ٢٠٠١)
تعريف واسع	الصفقة الإلكترونية هي عملية بيع أو شراء سلع أو خدمات تعقد بين الشركات التجارية والأسر المعيشية والأفراد والحكومات وسائر المنظمات العامة والخاصة، باستخدام الشبكات المرتبطة بالحواسيب. ويجري طلب هذه السلع والخدمات عن طريق تلك الشبكات ولكن يمكن تسديد ثمنها وتسليمها في النهاية بالاتصال الإلكتروني المباشر أو بصورة غير مباشرة	تشمل: الطلبات الواردة أو المقدمة عن طريق أي برنامج مرتبط بشبكة الإنترنت يستخدم في عقد الصفقات مثل برامج الإنترنت وبرامج التبادل الإلكتروني للبيانات والمينييل أو الهاتف التفاعلي
تعريف ضيق	الصفقة المعقودة بواسطة الإنترنت هي عملية بيع أو شراء سلع أو خدمات تعقد بين الشركات التجارية والأسر المعيشية والأفراد والحكومات وسائر المنظمات العامة والخاصة، باستخدام شبكة الإنترنت. ويجري طلب هذه السلع والخدمات عن طريق تلك الشبكات ولكن يمكن تسديد ثمنها وتسليمها في النهاية بالاتصال الإلكتروني المباشر أو بصورة غير مباشرة	تشمل: الطلبات الواردة أو المقدمة عن طريق أي برنامج مرتبط بشبكة الإنترنت يستخدم في عقد الصفقات من قبيل صفحات الويب وشبكات إكسترايكت وبرامج أخرى يمكن تشغيلها على شبكة الإنترنت مثل برنامج التبادل الإلكتروني للبيانات على شبكة الإنترنت، أو عن طريق أي برنامج آخر يمكن تشغيله على شبكة الويب بغض النظر عن كيفية الاتصال بالويب (أي بواسطة هاتف جوال أو جهاز تلفزيون، إلخ). تستثني الطلبات الواردة أو المقدمة بواسطة الهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني التقليدي

٢٤- وقد استجاب الأعضاء لتشجيعات المنظمة لهم باستخدام هذين التعريفين في برامجهم المتعلقة بالدراسات الاستقصائية الوطنية مما ساعد على تعزيز المقارنة الدولية منذ البداية^(١). وهذه عملية أسهل بكثير من أي محاولة للتنسيق بعد أن تكون برامج البيانات قد ترسخت. وسيتم لا محالة وضع المزيد من التعاريف والمبادئ التوجيهية كلما زادت خبرة البلدان في تطبيقها.

الاستبيان النموذجي لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

٢٥- بالإضافة إلى العمل التعاوني الدولي الرائد الذي اضطلعت به منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بخصوص وضع تعاريف للتجارة الإلكترونية، شارك الفريق العامل التابع للمنظمة والمعني بوضع مؤشرات لمجتمع المعلومات بنشاط في وضع استبيان نموذجي لتوجيه البلدان لبلورة أدوات قياس مناسبة للاضطلاع بأنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وركز العمل في البداية على التجارة الإلكترونية، وعكس أولويات ومصالح البلدان الأعضاء. والاستبيانات النموذجية عبارة عن وحدات معيارية تمكن البلدان من اختيار الأسئلة ذات الصلة بحالة تطور التجارة الإلكترونية في أقاليمها. وقد وضعت هذه الاستبيانات النموذجية لكل من الشركات والأسر. ويجري العمل على وضع وحدات معيارية إضافية لاستخدام الحكومات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولقياس جوانب أشمل للعمليات التجارية الإلكترونية.

٢٦- وتوظف الاستبيانات النموذجية كمبادئ توجيهية، وليس كمواصفات جامدة، إذ تم إدراك أن الأمر سيحتاج إلى إطلاق تسميات مختلفة وإعطاء تفسيرات متنوعة حسب اختلاف البيئات. ويرد شرح مفصل للعمل المنجز والجاري إنجازه في الاستبيانات النموذجية في "وثيقة إطارية لقياسات مجتمع المعلومات وتحليلاته" أعدتها الفريق العامل التابع لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي والمعني بوضع مؤشرات لمجتمع المعلومات، (٢٠٠٣).

العمليات التجارية الإلكترونية

٢٧- لئن كان جل ما يركز عليه العمل الدولي في وضع المفاهيم والتعاريف والاستبيانات النموذجية هو التجارة الإلكترونية، ما من أحد ينكر أن هذه التجارة ما هي إلا جانب من الجوانب العديدة للعمليات التجارية الإلكترونية. فلهذه العمليات، كما للتجارة الإلكترونية، آثار تحويلية كبيرة على الاقتصادات والمجتمعات. إذ هي تؤثر في هيكل الشركات وكذلك في شبكات الإمداد والزبائن برمتها، من مرحلة تصميم البضاعة وحتى الخدمة لما بعد البيع.

٢٨- وقد كان العمل في مجال القياس يركز في البداية على التجارة الإلكترونية، ويرجع السبب في ذلك جزئياً إلى الاهتمام العاجل الذي أثارته في مجال السياسة العامة. وكان من الضروري كذلك عزل الجوانب المتميزة في عمليات التجارة الإلكترونية إحرار أي تقدم في تطور المقاييس. واليوم، وبعد التقدم الذي أحرز في مفاهيم التجارة الإلكترونية وقياساتها، يحول الاهتمام إلى عناصر أخرى من العمليات التجارية الإلكترونية. وتطرح هذه العناصر تحديات جوهرية أمام خبراء القياس. فالعمليات التجارية الإلكترونية هي أنشطة سيشكل قياسها صعوبة أكبر من "الصفقة" المتميزة التي تقاس بالتجارة الإلكترونية. أضف إلى ذلك أن قائمة العمليات، التي يحتمل قياسها، هي قائمة جد طويلة، إلا أن ضرورة الاحتراس من إثقال كاهل الجهات المستجيبة ضرورة حقيقية.

٢٩- ويمكن القيام بالعمليات التجارية الإلكترونية باستخدام أي شبكة من الشبكات المرتبطة بالحواسيب، وليس باستخدام الإنترنت لوحده. وتتم هذه العمليات داخل الشركات وفيما بينها وثمة رغبة في التمييز بين العمليات التي تتم فيما بين الشركات وتلك التي تتم داخل الشركة الواحدة بغية فهم الطابع المتغير لحدود الشركات وعلاقاتها.

٣٠- ولقد حددت حتى الآن العمليات التجارية الإلكترونية التالية لاحتمال اهتمام البلدان بها (منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ٢٠٠٣) كما وضعت حتى الآن بعض التعاريف:

- اكتساب الزبائن والاحتفاظ بهم؛
- التجارة الإلكترونية؛
- شؤون المالية والميزانية وإدارة الحسابات؛

- إدارة الموارد البشرية؛
- تصميم المنتجات وتطويرها؛
- تنفيذ الطلبات وتتبعها؛
- شؤون النقل والإمداد (إلى الداخل وإلى الخارج) ومراقبة المخزون؛
- خدمة المنتجات ودعمها.

٣١- وسيكون العمل الذي أجري في مجال تعريف التجارة الإلكترونية وقياساتها بمثابة نموذج لإحراز تقدم في هذه القائمة الشاملة من الاحتياجات المحتملة لمجتمع المعلومات.

برامج البيانات الكندية

٣٢- على الرغم من أن قياس التجارة الإلكترونية يركز بالتحديد على الصفقات التي تتم عبر الإنترنت أو على الصفقات الإلكترونية باستخدام الشبكات المرتبطة بالحواسيب، إلا أن إطار القياس الأوسع والأساسي يتطلب توفير معلومات عن الهيكل الأساسي والجهازية الإلكترونية وكثافة الاستخدام الإلكتروني وآثار ذلك بغية توضيح تحليل سياسة التجارة الإلكترونية والتخطيط لها على نحو تام. أضف إلى ذلك أن العمليات التجارية الإلكترونية تتجاوز بكثير بيع السلع والخدمات عبر الإنترنت لتشمل أموراً من قبيل استخدام الإنترنت لربط الاتصال بين الجهات الموردة والزبائن، وتنظيم عمليات التسويق، وصنع البضائع، وتوفير الخدمات والدعم بعد البيع. ولا تكفي البيانات المتعلقة بالصفقات التجارية الإلكترونية عبر الإنترنت لقياس الأثر الكامل للتجارة الإلكترونية على الشركات التجارية والزبائن. وتعتبر هامة أيضاً البيانات المتعلقة باستخدام الإنترنت لتسهيل الصفقات التجارية، من قبيل البحوث على الشبكة العالمية أو استعراض التسوق.

٣٣- ويشمل برنامج الإحصاءات الكندية العديد من هذه القياسات الإضافية التي لها صلة أيضاً باستيعاب مفهوم التجارة الإلكترونية. ومع أن هذه الوثيقة تركز على برامج الإحصاءات المحددة التي تقيس الصفقات التجارية الإلكترونية، فإنها تلخص أيضاً بإيجاز البرامج الأخرى التي تغطي جوانب هامة من الهياكل الأساسية لهذه الصفقات واستخدامها عبر الإنترنت.

٣٤- وتقوم الهيئة الكندية للإحصاءات بقياس وتحليل استخدام الأسر للإنترنت لسنوات عدة كما تجري، لبعض الوقت، قراءة استخدام الشركات التجارية لأنماط مختارة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، على الرغم من أنها كانت في ما مضى جزءاً من مجموعة واسعة من التكنولوجيات وكانت تركز على قطاع التصنيع.

٣٥- وقد بدأ البرنامج المتطور والمنتظم لقياس التجارة الإلكترونية، في واقع الأمر، في عام ١٩٩٩ كنتيجة لمشروع المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية للوصل بالإنترنت، المشار إليه أعلاه. وكان الهدف من وراء هذا المشروع تحسين معرفة الأنشطة التجارية التي تمارس إلكترونياً من خلال اتخاذ التدابير التالية:

- تحسين البيانات المتعلقة بإنتاج واستخدام الشركات التجارية والأسر والقطاعات العامة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- وضع دراسات استقصائية واستخدامات جديدة ومتطورة للبيانات الإدارية؛
- تحليل النتائج ونشرها.

٣٦- وقد وضع العديد من الأنشطة الإحصائية أو أعيد تصميمها تحت مظلة مشروع الوصل بالإنترنت. أضيف إلى ذلك أنه تم استكشاف العديد من أنشطة الجمع المنظمة، على الرغم من أنها ليست جزءاً من مشروع الوصل بالإنترنت، لكونها قد تساهم في قياس التجارة الإلكترونية^(٢). وامتنعت الهيئة الكندية للإحصاءات إلى يومنا هذا بشكل كبير عن محاولة قياس التجارة الإلكترونية من خلال إجراء دراسات استقصائية لصناعات محددة لأسباب منهجية ولأسباب تتعلق بعبء الاستجابة.

٣٧- وتنقسم الأنشطة التي تضطلع بها الهيئة الكندية للإحصاءات إلى فئتين كبيرتين هما: بيانات الهياكل الأساسية، وهي بيانات تركز على صناعات محددة وأساسية من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ وبيانات تطبيق التجارة الإلكترونية، التي تغطي الأنشطة الواسعة للاقتصاد. وبالإضافة إلى مبادرات جمع البيانات، يقوم عنصر ثالث من البرنامج، هو التنسيق والتحليل، بكفالة استمرار أهمية البرنامج. ويشتمل هذا النشاط على تحليل ونشر النتائج والورقات والمقالات التحليلية والبحوث في مجالات جديدة من العمل الإحصائي. ويتقاسم الشركاء في دوائر السياسة الحكومية المسؤولية عن التحليل، لا سيما هيئة الصناعة الكندية، التي تساعد على كفالة استمرارية أهمية البرنامج الإحصائي. ويرد فيما يلي تلخيص لأنشطة جمع البيانات.

البيانات الأساسية للهياكل الأساسية

الدراسات الاستقصائية المتعلقة بالاتصالات والخدمات البرقية

٣٨- تم تطوير الدراسات الاستقصائية الراسخة المتعلقة بالاتصالات، كما تم توسيعها لتتناول العديد من المسائل الهامة الخاصة بجاهزية التجارة الإلكترونية في كندا. وتقدر هذه الدراسات المميزات الهامة التي تغطي على شبكة الإنترنت بما في ذلك إمكانية الوصول إلى الإنترنت وسرعة الحصول على المعلومات. كما يتم تعقب أثر اتجاه الاستخدام اللاسلكي للإنترنت من خلال هذه الأدوات. وقد طرأت تغييرات على الدراسات الاستقصائية

المتعلقة بالخدمات البرقية وبغيرها من الدراسات الاستقصائية لتوزيع البرامج حتى تعكس تكنولوجيات جديدة وتعكس مصالح السياسات العامة. وتساعد قياسات الوصول الفائق السرعة للإنترنت والحصول على الخدمات التلفزيونية الرقمية على رصد التقدم المحرز صوب تحقيق الهدف الحكومي المتمثل في تعميم خدمات الإنترنت عريضة النطاق.

الدراسات الاستقصائية المتعلقة بوضع البرامج الإلكترونية والخدمات الحاسوبية ومزودي خدمات الإنترنت والبوابات والخدمات ذات الصلة

٣٩- أُعيد تصميم الدراسات الاستقصائية وأضيفت دراسات جديدة لتقديم قياسات حول جاهزية التجارة الإلكترونية وكثافتها. وفيما كانت الحاجة الماسة تدعو إلى استيعاب دور هذه الصناعات التمكيني والتيسيري في التجارة الإلكترونية، فستُغتنم الفرصة لفهم الدور الذي تضطلع به التجارة الإلكترونية في أنشطة البيع والشراء في صناعة خدمات الحاسوب. وبعبارة أخرى، سيتم النظر إلى هذه الصناعة كما يُنظر إلى أي صناعة أخرى من صناعات خدمات المنتجين، بحيث يتم السعي إلى إدراك كمية الإنتاج المباع عن طريق التجارة الإلكترونية وكمية النفقات المتكبدة في المدخلات بسبب عقد الصفقات عبر التجارة الإلكترونية.

٤٠- وتقدم الدراسة الاستقصائية الخاصة بوضع برامج إلكترونية وخدمات الحاسوب معلومات عن عمليات البيع والشراء الإلكترونية التي تقوم بها الشركات في الميدان الصناعي. وتسمح هذه المعلومات بإجراء مقارنة حول الكيفية التي تقابل بها الأرقام الصناعية الكلية الأرقام التي تقدمها الدراسة الاستقصائية للاقتصاد. وتجمع الدراسة الاستقصائية المتعلقة بمزودي خدمات الإنترنت المعلومات عن المنتجات التي توفرها التجارة الإلكترونية وعن توزيع العمليات التجارية والمكتتبين الشخصيين والقدرة على الحصول على الخدمات، سواء كانت ضيقة النطاق أو واسعة النطاق.

بيانات تطبيق التجارة الإلكترونية

الدراسة الاستقصائية للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا

٤١- تُجري الهيئة الكندية للإحصاءات، منذ عام ١٩٩٩، دراسة استقصائية بشكل منتظم لقياس استخدام الشركات التجارية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك وجود مواقع على الإنترنت، واستخدام الحواسيب والإنترنت واستخدام الحواسيب لأغراض التجارة.

٤٢- وركزت الدراسة الاستقصائية الأولى على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية في جميع شركات القطاع العام والخاص تقريبا. وعند إنشائها، تم وضع استبيان مفصل جدا لقياس

مختلف استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية (المبيعات والمشتريات). وحتى ذلك الحين، لم تكن توجد أية تقديرات شاملة حول استخدام الشركات التجارية الكندية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وقد كان سد هذه الفجوة، بلا شك، شرطاً ينبغي توافره لقياس التجارة الإلكترونية. وأجريت الدراسة على مستوى المؤسسة، بهدف اللجوء إلى منهجية مناسبة وتقديم تقديرات على صعيد المؤسسات. وليست المؤسسة المستوى المناسب في منظمة ما لجمع الكثير من المعلومات المطلوبة (أي المبيعات على الإنترنت).

٤٣- ووفرت بيانات الدراسة الاستقصائية هذه مقياس خط قاعدي لاستخدام الحواسيب، والبريد الإلكتروني، والإنترنت، من قبل الشركات العامة والشركات التجارية الكندية. وحددت مدى تصميم القطاعين العام والخاص لمواقع على الشبكة العالمية ومدى مشاركتها في التجارة الإلكترونية، بما في ذلك قياس قيمة المبيعات على الإنترنت. وحددت أيضاً بعض العوائق التي تحول دون العمل بالتجارة الإلكترونية.

٤٤- وقد أعيدت صياغة الدراسة الاستقصائية بعد ذلك وأعيدت إدارتها سنوياً على صعيد المؤسسات. وتم تخفيض مضمون الاستبيان وأصبحت مواضيعه تركز على الأسئلة التي يمكن أن يجيب عنها شخص واحد ينوب عن الشركة كلها. فعلى سبيل المثال، استبعدت الدراسة الاستقصائية، عند تقفي أثر المبيعات التي تتم عبر الإنترنت، قيمة المشتريات التي تتم على العموم بشكل لا مركزي في الشركة بأكملها. ومع ذلك، أسفرت الدراسة الجديدة عن مجموعة من البيانات أكثر إثراء تهتم بالتجارة الإلكترونية. وتتميز المبيعات التي تستفيد منها الأسر (من الشركة إلى المستهلك) عن المبيعات التي تستفيد منها الشركات (من الشركة إلى الشركة) كما تقاس المبيعات من الصادرات.

٤٥- وتستخدم الدراسة الاستقصائية للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا التعريف الذي وضعته منظمة التنمية والتعاون في الميدان الاقتصادي لمفهوم إجراء صفقة عبر الإنترنت. وتُعرف التجارة الإلكترونية على أنها ما يتم من مبيعات عبر الإنترنت، سواء كان الدفع عن طريق الإنترنت أو غيره. وتتضمن قيمة الطلبات التي تم الحصول عليها عبر الإنترنت. وتُستبعد من هذا التعريف المبيعات التي تستخدم تبادل البيانات الإلكترونية على الشبكات المسجلة الملكية والصفقات التي تتم من خلال الأجهزة الإلكترونية الآلية لصرف النقود. كما أن قيمة الصكوك المالية التي يتم التعامل بها عبر الإنترنت، من قبيل القروض والأسهم، لا تعتبر مبيعات تجارية إلكترونية، إلا أن التعريف يتضمن قيمة رسوم الخدمات التي تم الحصول عليها بعد إجراء هذه المعاملات عبر الإنترنت.

الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسر للإنترنت

٤٦- وضعت هذه الدراسة الاستقصائية، التي أجريت لأول مرة في السنة المرجعية ١٩٩٧، لقياس استخدام الإنترنت، حسب الموقع، وصنفته وفق مختلف الخصائص المنزلية (الدخل، نوع الأسرة، جغرافيا وخصائص معيل

الأسرة). وتعتبر الدراسة الاستقصائية مكملًا لعينة فرعية من الدراسة الاستقصائية عن القوة العاملة (وهي عينة تفوق ٤٠ ٠٠٠ أسرة).

٤٧- وفي عام ١٩٩٩، جرى العمل على إعادة تصميم الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت لتشمل عناصراً من عناصر التجارة الإلكترونية، وكان ذلك مرة أخرى بتعاون مع هيئة الصناعة الكندية. وبالإضافة إلى وصل الأسر عبر الإنترنت، توفر الدراسة الاستقصائية تقديرات حول المشتريات عبر الإنترنت بصرف النظر عن طرق التسديد، وعما إذا تمت المشتريات وسدد ثمنها عبر الإنترنت، وعن ماهية المشتريات، وبصرف النظر كذلك عما إذا كانت المشتريات قد تمت في كندا أو خارجها. وتعتبر الأسرة وحدة العينة، وتجرى مقابلة مع أحد أفراد الأسرة فيما يتعلق بالطلبات التي يوجهها جميع أفراد العائلة على الإنترنت مباشرة.

٤٨- وتشكل ممارسة الأسرة لأنشطة التجارة الإلكترونية سلسلة متصلة من الأحداث. فالمرء يمر نموذجياً بعدة مراحل قبل أن يوجه فعلاً على الإنترنت طلباً ما: يجب عليه أن يستخدم حاسوباً، ثم يمضي ليصبح مستخدماً للإنترنت، ويستطلع البضائع والخدمات المتاحة على الإنترنت، ثم يصدر أمراً بالشراء، بل ويسدد ثمن مشترياته إلكترونياً. ويتم قياس جميع هذه المراحل في الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت التي تجريها الهيئة الكندية للإحصاءات.

الدراسة الاستقصائية الاجتماعية العامة

٤٩- كانت الدراسة الاستقصائية الاجتماعية العامة لعام ٢٠٠٠ (الدورة ١٤) مكرسة لأول مرة لوصول الكنديين واستخدامهم لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. واعتمدت على ما يربو عن ٢٥ ٠٠٠ مقابلة أجريت مع أشخاص يبلغون من العمر ١٥ سنة فأكثر لقياس طبيعة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكثافة هذا الاستخدام، مع التركيز بالخصوص على استخدام الإنترنت وعلى آثاره. واشتمل محتوى الدراسة الاستقصائية على أسئلة حول موقع الوصول والاستخدام، بما في ذلك المنزل والعمل والمدرسة وغير ذلك من المواقع. كما جمعت الدراسة معلومات إضافية عن التدريب وعن آثار التكنولوجيا في العمل واستخدام الأطفال للإنترنت وللبريد الإلكتروني كوسيلة من وسائل الاتصال. كما تم قياس المتغيرات الاجتماعية والديمقراطية، بما فيها الدخل والتعليم واللغة. وقدمت الدراسة الاستقصائية مجموعة غنية من البيانات تفضي إلى تحليلات تنم عن الواقع.

الفجوات والمسائل العالقة

٥٠- على الرغم من أن كندا وضعت برنامجاً يعتد به لقياس التجارة الإلكترونية، إلا أن بعض الفجوات لا تزال قائمة وبعض التحديات لا تزال عالقة. والعديد من هذه التحديات تحديات منهجية تعكس الحالة الناشئة للظروف

التي نقيسها. وبتحسّن فهمنا لوضع التجارة الإلكترونية وأثرها ستزداد رغبتنا في قياس جوانب إضافية أو جوانب مختلفة من هذه الظاهرة.

٥١ - وثمة كذلك تحديات غير منهجية تواجهها. ومن بين أهمها تمويل البرنامج الإحصائي الحالي للتجارة الإلكترونية. فالضغوط التي تفرضها الميزانية على القطاع العام على العموم، والوكالات الخاصة على الخصوص، تعني أن ثمة منافسة ثابتة على الأموال وأن برامج البيانات الناجحة بدورها مهددة بالخطر.

٥٢ - وثمة تحد آخر يكمن في الحاجة إلى إضفاء المزيد من المصدقية على الإحصاءات الرسمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في وجه استطلاعات الرأي ونشرات المعلومات المسجلة الملكية التي تمثل مصالح أخرى. ولقد كثر التحمّس للتجارة الإلكترونية إلى درجة أن الواقع الذي تعرضه الإحصاءات الرسمية الموضوعية أصبح من الصعب على العديد من المراقبين غير الرسميين قبوله.

٥٣ - كما أن حسن التوقيت يطرح تحدياً آخر أمام برامج بيانات التجارة الإلكترونية. فعلى الرغم من كون نشر الهيئة الكندية للإحصاءات لنواتج بياناتها جاء في حينه وهو يضاها في ذلك نشر نواتج البيانات التقليدية الأخرى^(٣)، إلا أن الوتيرة السريعة التي تسير عليها التجارة الإلكترونية تعني أن العديد من الجهات الفاعلة تحتاج إلى دقة أكبر في التوقيت.

٥٤ - ويطرح الطابع العالمي الذي يطغى على أنشطة التجارة الإلكترونية تحديات خاصة. وقد تضطلع الشركات متعددة الجنسيات بنشاط هام في التجارة الإلكترونية قد يفتقد إذا لم يتم ضمن نطاق الشركة الكندية. وموازاة لذلك، قد تتهاون الأسر الكندية التي تشارك في أنشطة التجارة الإلكترونية من خلال مواقع أجنبية على الشبكة العالمية في الإبلاغ عن نشاطاتها بالكامل، لا سيما إذا تزامن شراء شيء ما إلكترونياً مع تسليمه إلكترونياً.

٥٥ - وما يزال عبء الردّ والتناقض الواضح، الذي يظهر للبعض على الأقل، في الاستخدام الجاري لتكنولوجيا الإحصاءات القديمة (الدراسات الاستقصائية) لقياس التجارة الإلكترونية بمثابة مسائل عالقة. وثمة إحساس، وإن كان ولا بد من التأكد منه، بأن جمع البيانات إلكترونياً عبر الإنترنت قد يكون أقلّ عبئاً على الجهات المستجيبة من أدوات الدراسات الاستقصائية التقليدية. ولما ساهمت بعض التعقيدات، من قبيل المنهجية والخصوصيات، إلى الحد من سرعة الانتقال إلى جمع البيانات إلكترونياً على الإنترنت، فإن الحاجة لا تزال تدعو إلى مواصلة إحراز تقدم في هذا المجال، لا سيما في مجال التجارة الإلكترونية. أضف إلى ذلك أن الرغبة في تفادي جمع كل البيانات مباشرة، مثلاً، من خلال الرصد الأوتوماتيكي لوجود الشركات على موقع الشبكة العالمية، مسألة تطرح تحدياً آخر ما يزال عالقاً.

٥٦- وقد كان جمع البيانات على نطاق الاقتصاد، في حالة الدراسة الاستقصائية للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا، ناجحاً وبناءً، ومع ذلك لا تزال بعض النداءات تعلقو مطالبة بالمزيد من التفاصيل من منظوري الصناعة والجغرافيا.

٥٧- وتواجه الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت عائقين متأصلين. فالبيانات تُجمع فقط عن الأسر وليس عن الأفراد. وبما أن لكل أسرة مميزات (موقعها ودخلها والخط الذي يصلها بالإنترنت)، فلا يمكن تصنيف بيانات استخدام الإنترنت انطلاقاً من المميزات الفردية من قبيل السن أو نوع الجنس أو المهنة أو التعليم. وأخيراً، وبما أن الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت تعرف البحوث المتعلقة بمستهلك الإنترنت أو استعراض التسوق على أنها نشاط من الأنشطة، فإنه يصعب تحديد مقدار أثر هذه الأنشطة من حيث قيمة المشتريات.

إلى أين نحن متجهون؟ (الخطط المستقبلية للهيئة الكندية للإحصاءات)

٥٨- يراودنا الشعور بأن البرامج قد أعطت أكلها إلى يومنا هذا، إلا أن البرامج وحتى الناجحة منها تظل على الدوام موضع تحدٍّ لكي تبرر استمرار وجودها. وبناء عليه، ثمة جانب هام من "الخطط المستقبلية" يكمن في صيانة ما يوجد من البرامج المفيدة جداً. ومعنى آخر، فإن الأولوية تكمن، بالنسبة لنا، في الحرص على أن تستمر الدراسات الاستقصائية الأساسية، أي الدراسة الاستقصائية للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا والدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت، في تقديم مؤشرات أساسية. وستتم إضافة محتوى خاص إضافي، متى أمكن ذلك، للدفع بحدود المضمون الابتكاري.

٥٩- وأخذاً بالمصالح الدولية، تحدونا الرغبة في توسيع نطاق جمع بيانات التجارة الإلكترونية لكي يشمل قياس المزيد من جوانب الأعمال التجارية الإلكترونية. وجزئياً ليست هذه العملية بحديثة العهد تماماً، بما أن الهيئة الكندية للإحصاءات كانت تقيس بعض العناصر من الأعمال التجارية الإلكترونية قبل أن تنصدر التجارة الإلكترونية قائمة الأولويات. وسنعمل مع منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومع غيرها للتوسع في محتوى الاستبيان القائم وإعادة النظر في بعض سبل قياس استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، القائمة في الهيئة الكندية للإحصاءات منذ بعض الوقت.

٦٠- وثمة مجال آخر يُحتمل أن يثير الاهتمام يكمن في قياس تسليم السلع والخدمات إلكترونياً، سواء تمت الصفقة في البداية من خلال التجارة الإلكترونية أو من خلال قنوات البيع التقليدية ("القديمة").

٦١- ولما كان دخول التجارة الإلكترونية يتزايد، وكانت قدرتنا على القياس تكبر، فإن صانعي السياسة ما انفكوا يهتمون بقياسات الآثار. وهذه مسألة تضع بدورها التأكيد على الحاجة إلى إيلاء اهتمام أكبر بالبرنامج التحليلي الذي وضعناه. وسنقوم باستكشاف إمكانية استخدام وصلات البيانات الدقيقة بين الدراسة الاستقصائية

للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا وغيرها من الدراسات الاستقصائية الخاصة بالإنتاج. ولهذا العمل دور جد هام في الإجابة على الأسئلة ذات الصلة بالأداء على صعيد الشركة والمصنع، إلا أن قضايا الخصوصية والسرية تعني لا محالة ضرورة توخي الحذر في اتخاذ أي مبادرة وإخضاعها لتمحيص دقيق.

٦٢- وأخيراً، سنواصل عملنا مع الشركاء الدوليين بهدف تحسين وتوسيع المؤشرات الضرورية لفهم التجارة الإلكترونية وتطويرها.

خامساً - خاتمة

٦٣- تشير التجارة الإلكترونية العديد من القضايا التي تهم السياسات العامة، منها ما هو شامل ومنها ما هو محدد. وتؤثر هذه التجارة في السياسة التجارية وتتحدى الاختلافات القائمة في اللوائح التنظيمية الوطنية والسياسات التنافسية بما أنها تقوض الحدود التقليدية، والسياسة التكنولوجية والإصلاح التنظيمي، والسياسات الاجتماعية. كما لها انعكاسات واضحة على الإنتاجية والنمو وكذلك على تنمية الموارد البشرية، لا سيما فيما يتعلق بالحاجة إلى النهوض بالمهارات باستمرار. وثمة قضايا أخرى في السياسة لها علاقة بالنظم الضريبية وتهتم بالقضاء في المجال الضريبي. ولا يسلم أي مجال، عملياً، من آثار التجارة الإلكترونية المحتملة، التي تطرح تحدياً هائلاً لفهم انعكاسات التجارة الإلكترونية على عالم الأعمال وعلى المجتمع ككل.

٦٤- ولا يقتصر أثر التجارة الإلكترونية أو، بصفة أشمل، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الشركات التجارية والأفراد فحسب. إذ ستتغير الحكومات بدورها، وبخاصة وكالات الإحصاء الوطنية. ولا تدعو الحاجة إلى اتخاذ الكثير من التدابير الجديدة فحسب، وإنما سيكون هناك ضغط متزايد يدعو إلى أن يكون تكرار قياس التجارة الإلكترونية وحسن توقيت هذا القياس والمنهجيات المتبعة فيه تتماشى مع طبيعة العالم الذي نقيسه والمتحول تكنولوجياً.

٦٥- وقد وضعت الهيئة الكندية للإحصاءات برنامجاً سنوياً لقياس التجارة الإلكترونية، والتكنولوجيات التمكينية ذات الصلة في الأسرة، والشركات التجارية، والقطاع العام. وتم وضع إطار العمل الذي تستند إليه هذه الإحصاءات بالتعاون الوثيق مع إدارة السياسات العامة ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وستواصل الجهود لتحسين البيانات وتوسيع التغطية. كما ستحرص الهيئة الكندية للإحصاءات، كما حرصت في الماضي، على أن يكون التعاون مع المحللين السياسيين هو ما يحرك مساهماتنا في المناقشات حول السياسات العامة، وسنواصل العمل مع منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومع هيئات دولية أخرى لضمان تطور منظم لشبكات البيانات المقارنة وللتعاريف والنتائج والمؤشرات.

الحواشي

(١) بالإضافة إلى كندا، ثمّة بلدان أخرى طبقت هذه التعاريف من بينها أستراليا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان والبلدان الاسكندنافية، وأدرجها المكتب الإحصائي للجماعات الأوروبية في بياناته التي تتداولها الدول الأعضاء فيه.

(٢) يشمل ذلك الدراسات الاستقصائية للصناعة من قبيل الدراسة الاستقصائية السنوية الخاصة بتجارة التجزئة والجملة، والدراسة الاستقصائية الخاصة بالتجزئة خارج المخازن، والدراسة الاستقصائية السنوية الخاصة بالمصنعين، والدراسة الاستقصائية الخاصة بقبول الوسطاء للودائع.

(٣) تُنشر الدراسة الاستقصائية للتجارة الإلكترونية والتكنولوجيا في غضون ٣ شهور بعد الفترة المرجعية، بينما تُنشر الدراسة الاستقصائية لاستخدام الأسرة للإنترنت في غضون ٩ شهور.

المراجع

Bakker, Cathy (2000). Information and Communications Technologies and Electronic Commerce in Canadian Industry, Catalogue 88F0006XIB No. 4, Ottawa: Statistics Canada.

56F0004MPE, No. 3, Ottawa: Statistics Canada.

-up

DSTI/ICCP/IIS/(2003)9, Paris.

56F0004MPE, No. 5, Ottawa: Statistics Canada.

— — — — —