



# اقتصاد دیجیتال



معاونت بررسی های اقتصادی  
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



# فهرست مطالب

● مقدمه

● تعریف اقتصاد دیجیتال

● فناوری و رشد اقتصادی

● سیاست‌گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

● اقدامات دولت‌ها برای توسعه دیجیتال

● تجارت ICT

● توصیه سیاستی

## مقدمه

در شرایطی که جهان به سرعت در حال تغییر است، یکی از محرک‌های بنیادین، تحول دیجیتال است. اقتصاد جهان نیز با سرعت سرسام‌آوری در حال تجربه تحول دیجیتال است. (Deloitte).

همه‌گیری کووید-۱۹ نیز فرآیند تحول دیجیتالی را شتاب داده و ضرورتی را برای پاسخ دهی دولت‌ها ایجاد کرده است. با توجه به اهمیت موضوع، در این گزارش، سعی شده ضمن مروری بر مفهوم تحول دیجیتال و فرایند اثرگذاری آن بر اقتصاد کشورها، به معیارهای اندازه‌گیری توسعه دیجیتال در اقتصادها و همچنین وضعیت تجارت فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) نیز پرداخته شود.

# تعریف اقتصاد دیجیتال

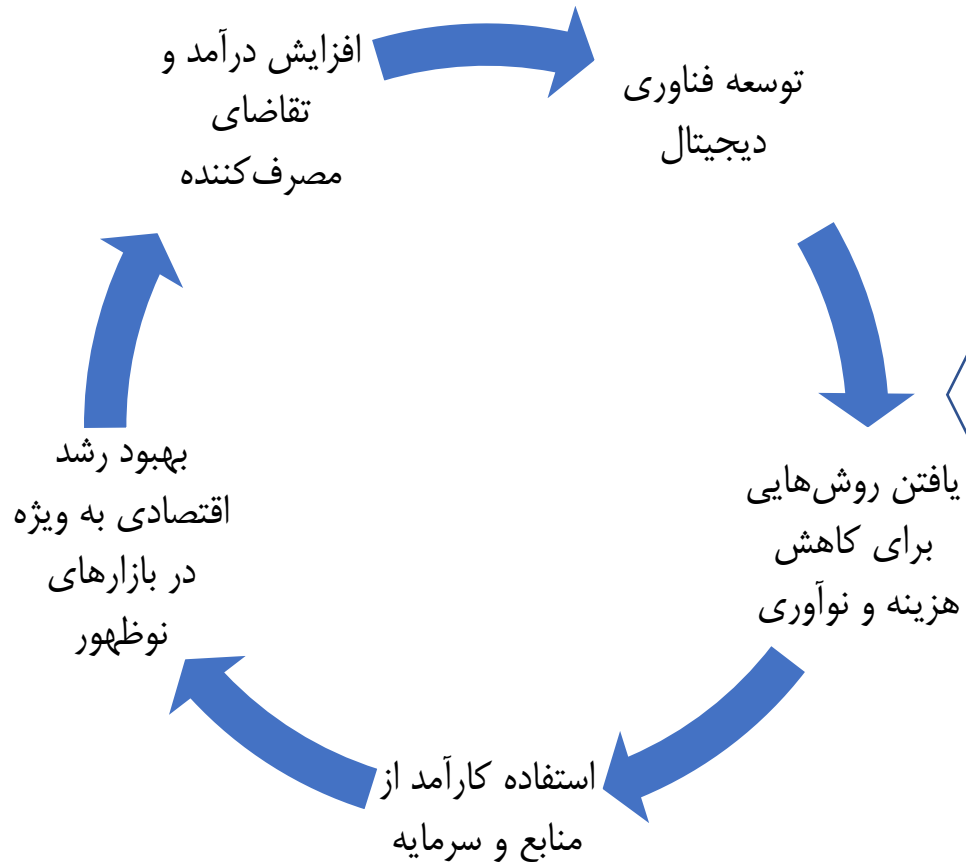
اقتصاد دیجیتال، فعالیتی اقتصادی است که از میلیاردها ارتباط آنلاین روزانه میان اشخاص، کسب و کارها، دستگاه‌ها، داده‌ها و فرایندها منتج می‌شود. شالوده اقتصاد دیجیتال، چنین ارتباطاتی است که از طریق اینترنت، فناوری تلفن همراه و اینترنت اشیا شکل می‌گیرد (Deloitte).

به عقیده پروفیسور والتر برنر، استاد دانشگاه سنت گالن سوییس، استفاده یکپارچه از داده، درحال ایجاد تحول در زمینه مدل‌های کسب و کار، محصولات و خدمات جدید، ایجاد فرایندهای جدید، امکانات بهتر و در نهایت ایجاد فرهنگ جدیدی در مدیریت است.



# فناوری و رشد اقتصادی

شکل ۱- فرایند اثرگذاری فناوری بر رشد اقتصادی



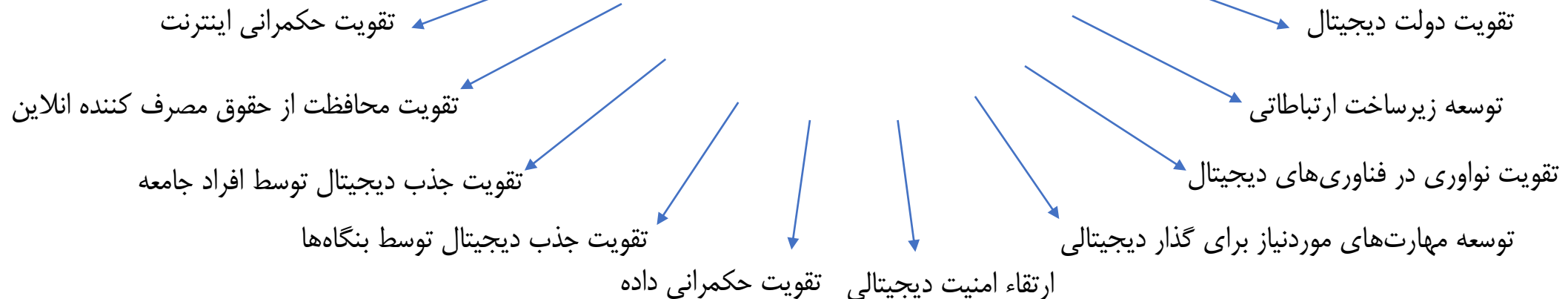
شکل فوق، با اقتباس از مطلبی در گزارش آکسفورد اکونومیک که با همکاری PWC انجام شده، ترسیم گردیده است.

رشد اقتصادی و فناوری به طور جدایی‌ناپذیری با یکدیگر مرتبط هستند. از یک طرف، در بازارهای نوظهور، تقاضا برای فناوری با هدف تقویت رشد اقتصادی در حال افزایش است. از سوی دیگر، بازارهای پیشرفته نیز در جست‌وجوی یافتن روش‌های نوینی برای کاهش هزینه‌ها و تحریک نوآوری هستند (PWC، ۲۰۱۱). این ارتباط خود نوعی چرخه فضیلت است.

# سیاست‌گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

در بسیاری از کشورها استراتژی ملی برای اقتصاد دیجیتال تدوین شده و حتی در برخی کشورها مانند امریکا، فرانسه و آلمان استراتژی ملی 5G هم تدوین شده است. بسیاری از اقتصادهای عضو OECD سیاست‌های مشخصی برای پشتیبانی از جذب دیجیتال در بنگاه‌ها به ویژه استارت‌آپ‌ها و خلق مشاغل جدید در این حوزه دارند.

## اهم اهداف عمومی در استراتژی ملی دیجیتال کشورها



\*در برخی اقتصادها مانند برزیل به محورهایی مانند کاهش شکاف جنسیتی در بهره‌برداری از اقتصاد دیجیتال و ارتقاء سطح مهارت‌های زنان در این حوزه هم به صورت خاص توجه شده است.

## اهم چالش‌های مربوط به تحقق اهداف توسعه اقتصاد دیجیتال

CLICK HERE

## سطح تعامل و هماهنگی میان بازیگران، وزرا و ادارات دولتی

## میزان پذیرش و سرعت توسعه فناوری های دیجیتالی

ایجاد تعادل میان نیازهای نوآوری و نگرانی‌های مرتبط با ایمنی و امنیت  
مصرف کننده در زمینه استفاده از داده و جذب فناوری‌های جدید دیجیتالی

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

دسترسی  
استفاده  
نوآوری  
مشاغل  
جامعه  
اعتماد  
باز بودن بازار

ابعاد  
سیاست های  
جامع  
دیجیتالی سازی  
از نگاه OECD

در صورتی گذار دیجیتالی منجر به رشد و بهبود رفاه خواهد شد که سیاست های صحیحی برای همه ابعاد مورد نیاز طراحی و عملیاتی شوند. بحران کووید-۱۹ ضرورت وجود رویکردی جامع به گذار دیجیتالی را تقویت کرد. ارزیابی مجدد سیاست های موجود در حوزه دیجیتال در قالب رویکرد حکمرانی و طراحی و اجرای یک استراتژی ملی جامع نیز مورد نیاز است.

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست‌های جامع دیجیتالی سازی-  
دسترسی

دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی، خدمات و داده‌ها زیربنای تحول دیجیتال است که به طور مرتب بر ضرورت آن افزوده می‌شود.

زیرساخت‌ها و خدمات ارتباطی زیربنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال هستند و تعاملات بین افراد، سازمان‌ها و ابزارها را تسهیل و جریان آزاد جهانی اطلاعات را امکان پذیر می‌کنند. دسترسی با کیفیت بالا به شبکه‌های ارتباطی و خدمات با قیمت‌های رقابتی برای تحول دیجیتالی اساسی است. داده‌ها در بسیاری از زمینه‌ها محرک فعالیت اقتصادی و ورودی‌های همه‌منظوره تولید هستند، اما این مزایا بر اساس میزان دسترسی به داده‌ها ایجاد می‌شود. بنابراین افزایش دسترسی و به اشتراک گذاری داده‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است، اگرچه چنین تصمیماتی باید با ملاحظات حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌ها و سایر موارد صورت گیرد.

## مولفه‌های دسترسی

اشتراک پهنای باند ثابت به ازای هر ۱۰۰ نفر

سیم کارت‌های M2M (ماشین به ماشین) به ازای هر ۱۰۰ نفر

اشتراک پهنای باند تلفن همراه به ازای هر ۱۰۰ نفر

سهام خانوارهایی که به اتصالات باند گسترده دسترسی دارند

سهام کسب و کارهای با دسترسی به پهنای باند گسترده ۳۰ مگابیت در ثانیه یا بیشتر

سهام جمعیت تحت پوشش با حداقل یک شبکه تلفن همراه G4

نابرابری در جذب پهنای باند بین خانوارهای شهری و روستایی

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست های جامع دیجیتالی سازی -  
استفاده

توان و ظرفیت فناوری های دیجیتال برای افراد، بنگاه ها و دولت ها به استفاده کارآمد از آنها بستگی دارد.

ترویج پذیرش، انتشار و استفاده مؤثر از ابزارهای پیشرفته دیجیتال، از جمله با ترویج سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات و دارایی های نامشهود، به ویژه برای SME ها ضروری است. مهارت ها نقش کلیدی در از بین بردن شکاف دارند. در یک محیط تجاری که تخصیص منابع کارآمد است و تغییرات ساختاری را تسهیل می شود، پذیرش و انتشار فناوری های دیجیتال را نیز مورد حمایت قرار می گیرد.

## مولفه های استفاده

سهم کاربران اینترنت

سهم افرادی که از اینترنت برای تعامل با مقامات دولتی استفاده می کنند

سهم کاربران اینترنتی که در ۱۲ ماه گذشته به صورت آنلاین خرید کرده اند

سهم کسب و کارهای کوچکی که در ۱۲ ماه گذشته فروش های تجارت الکترونیکی انجام داده اند

سهم کسب و کارهایی که در فضای وب حضور دارند

سهم کسب و کارهایی که خدمات ابری خریداری می کنند

میانگین مصرف ماهانه داده تلفن همراه به ازای اشتراک پهنای باند تلفن همراه، گیگابایت

سهم افراد بزرگسالی که در زمینه حل مساله در محیط های فناورانه مهارت دارند

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست‌های جامع دیجیتالی سازی -  
نوآوری

نوآوری مرزها را در عصر دیجیتال جابه‌جا می‌کند و باعث ایجاد شغل، بهره‌وری و رشد پایدار می‌شود.

نوآوری دیجیتال محرک اساسی تحول دیجیتال است که منجر به تغییرات بنیادی در شیوه‌های تعامل، خلق، تولید و مصرف افراد می‌شود. نوآوری دیجیتال نه تنها باعث ایجاد محصولات و خدمات جدید می‌شود، بلکه فرصت‌هایی را برای بازارها و مدل‌های جدید کسب‌وکار فراهم می‌کند و می‌تواند کارایی را در بخش عمومی و فراتر از آن افزایش دهد. علاوه بر این، فناوری‌ها و داده‌های دیجیتال نوآوری را به سمت طیف گسترده‌ای از بخش‌ها، از جمله آموزش، بهداشت، امور مالی، بیمه، حمل‌ونقل، انرژی، کشاورزی و صنعت ساخت و همچنین بخش ICT هدایت می‌کنند.

## مولفه‌های نوآوری

سرمایه‌گذاری در حوزه ICT به عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی

هزینه R&D به عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی

سرمایه‌گذاری خطرپذیر در بخش ICT به عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی

سهم شرکت‌های نوپا (حداکثر دو ساله)

۱۰ درصد پراستنادترین اسناد در علوم رایانه (به عنوان درصدی از ۱۰ درصد اسناد برتر رتبه بندی شده)

سهم اختراعات در فناوری‌های مرتبط با ICT

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست‌های جامع دیجیتالی سازی -  
مشاغل

باید اطمینان حاصل شود که تحول دیجیتال به مشاغل بیشتر و بهتر منجر شده و انتقال از یک شغل به شغل دیگر را تسهیل می‌کند.

نوآوری دیجیتال محرک اساسی تحول دیجیتال است که منجر به تغییرات بنیادی در شیوه‌های تعامل، خلق، تولید و مصرف افراد می‌شود. نوآوری دیجیتال نه تنها باعث ایجاد محصولات و خدمات جدید می‌شود، بلکه فرصت‌هایی را برای بازارها و مدل‌های جدید کسب‌وکار فراهم می‌کند و می‌تواند کارایی را در بخش عمومی و فراتر از آن افزایش دهد. علاوه بر این، فناوری‌ها و داده‌های دیجیتال نوآوری را به سمت طیف گسترده‌ای از بخش‌ها، از جمله آموزش، بهداشت، امور مالی، بیمه، حمل‌ونقل، انرژی، کشاورزی، ماهیگیری و تولید و همچنین بخش ICT هدایت می‌کنند.

## مولفه‌های مشاغل

سهم مشاغل مرتبط با ICT از کل مشاغل

سهم بخش‌های دیجیتال محور از کل مشاغل

سهم کارکنانی که آموزش‌های مبتنی بر شغل را دریافت می‌کنند

سهم فارغ التحصیلان جدید در رشته‌های علوم، فناوری، مهندسی و ریاضیات (STEM)

مخارج عمومی برای تقویت سیاست‌های بازار کار فعال، به عنوان درصدی از تولید ناخالص داخلی

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

## ابعاد سیاست های جامع دیجیتالی سازی - جامعه

فن آوری های دیجیتال جامعه را به روش های پیچیده و به هم مرتبط تحت تأثیر قرار می دهند و همه ذینفعان باید با یکدیگر همکاری کنند تا منافع و خطرات را متوازن سازند.

اثرات اجتماعی تحول دیجیتال پیچیده است زیرا تأثیرات کلی اغلب واضح نیست و ممکن است در کشورهای گوناگون، متفاوت باشد. برای مثال، فناوری های دیجیتال فرصتهایی را برای افزایش دسترسی به اطلاعات، بهبود مراقبت های سلامت (مانند پزشکی از راه دور)، و غنی سازی آموزش فراهم می کنند. اما از طرفی هم چالش های مربوط به عدم تعادل میان کار و زندگی به وجود می آورند. به طور کلی؛ حمایت از یک جامعه دیجیتالی مثبت و فراگیر به منظور رسیدن به رشد و رفاه از طریق تحول دیجیتال ضروری است.

### مولفه های جامعه

سهم کاربران ۵۵ تا ۷۴ ساله که از اینترنت استفاده می کنند

سهم کاربران اینترنت با پایین ترین چارک درآمدی

سهم زنان ۱۶ تا ۲۴ ساله که می توانند برنامه نویسی انجام دهند

نابرابری در استفاده از اینترنت بین مردان و زنان

درصد افرادی که از تجهیزات دیجیتال در محل کار استفاده می کنند و هفته ای یک بار یا بیشتر دورکاری می کنند

سهم دانش آموزان ۱۶-۱۵ ساله که بهترین عملکرد را در علوم، ریاضیات و خواندن داشته اند.

شاخص حکمرانی دیجیتال OECD

زباله های الکترونیکی تولید شده (کیلوگرم به ازای هر نفر)

# سیاست‌گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست‌های جامع دیجیتالی‌سازی -  
اعتماد

اعتماد در محیط‌های دیجیتال ضروری است. بدون آن، پیشرفت اقتصادی و اجتماعی حاصل نخواهد شد.

برای پذیرش کامل تحول دیجیتال و بهره‌مندی از آن، افراد، بنگاه‌ها و دولت‌ها باید اطمینان حاصل کنند که محیط دیجیتال برای انجام فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی آنها مزایای بیشتری نسبت به جنبه‌های منفی به همراه خواهد داشت.

## مولفه‌های اعتماد

سهم کاربران اینترنت که سوء استفاده از اطلاعات شخصی یا نقض حریم خصوصی را تجربه کرده‌اند

سهم افرادی که به دلیل نگرانی‌های امنیتی از پرداخت آنلاین برای خرید استفاده نمی‌کنند

سهم افرادی که به دلیل نگرانی در مورد بازگشت محصولات، خرید آنلاین نمی‌کنند

درصد مشاغلی که در آنها وظایف حفاظت از داده‌ها و امنیت ICT عمده‌تاً توسط کارکنان‌شان انجام می‌شود

میزان اشتراک‌گذاری داده‌های سلامت

# سیاست گذاری در حوزه توسعه دیجیتال

ابعاد سیاست های جامع دیجیتالی سازی -  
باز بودن بازار

فن آوری های دیجیتال نحوه رقابت، تجارت و سرمایه گذاری  
بنگاه ها را تغییر می دهد. باز بودن بازار، محیطی را برای  
شکوفایی تحول دیجیتال فراهم می کند.

باز بودن بازار، با ایجاد محیطی مناسب برای کسب و کار که به بنگاه های  
خارجی و داخلی اجازه می دهد در شرایط برابر و بدون محدودیت های بیش  
از حد یا شرایط سنگین رقابت کنند، منجر به تحول دیجیتال می شود. باز  
بودن بازار همچنین رقابت را تقویت می کند و به بنگاه های مزبور کمک  
می کند تا از مزایای تجارت و سرمایه گذاری بهره ببرند و به رشد اقتصادی  
کمک کنند.

## مولفه های باز بودن بازار

سهم کسب و کارهایی که از طریق تجارت الکترونیک  
محصولات خود را در خارج از مرزها به فروش می رسانند

سهم خدمات قابل ارائه دیجیتالی از کل تجارت خدمات تجاری

سهم کالاها و خدمات ICT از تجارت بین المللی

سهم ارزش افزوده خدمات دیجیتالی در ارزش صادرات صنعت  
(ساخت)

شاخص محدودیت تجارت خدمات دیجیتال OECD

شاخص محدودیت قانونی سرمایه گذاری مستقیم خارجی  
OECD

## Going Digital Toolkit



OECD پلتفرمی را تحت عنوان “[Going Digital Toolkit](#)” طراحی کرده که در آن می توان وضعیت کشورهای عضو OECD، کشورهای ASEAN، برخی کشورهای منطقه خاورمیانه، کشورهای گروه ۲۰ و کشورهای عضو اتحادیه اروپا را به لحاظ هر یک از مولفه های دیجیتالی شدن مشاهده و با وضعیت کشورهای پیشرو در جهان مقایسه کرد.

# اقدامات دولت‌ها برای توسعه دیجیتال

همه‌گیری کووید-۱۹ و پیامدهای اجتماعی-اقتصادی آن موجب شد تا تحول دیجیتال جزو یکی از اولویت‌های سیاستی اقتصادها قرار گیرد. در بسیاری از کشورها استراتژی ملی برای اقتصاد دیجیتال تدوین شده و حتی در برخی کشورها مانند آمریکا، فرانسه و آلمان استراتژی ملی 5G هم تدوین شده است. تا نیمه سال ۲۰۲۰ بیش از ۶۰ کشور استراتژی ملی هوش مصنوعی را تدوین کرده‌اند.

بازارهای ارتباطات دائماً در حال تغییر و گرایش‌ها نیز در حال همگراشدن هستند. این تحول به برخی کشورها کمک کرد تا وظایف و مسئولیت‌های مقامات ناظر و رگولاتور در کشورهاشان را اصلاح و تعدیل کنند. بهبود کیفیت شبکه‌ها و برقراری مشوق‌هایی برای خودرگولاتوری، از دیگر اقدامات مهمی بودند که توسط برخی کشورها از جمله آلمان و کره جنوبی استفاده شد.

رگولاتوری و طراحی خطوط راهنما اساس ارائه خدمات توسط نهادهای حقوقی مرتبط در حوزه دیجیتال هستند که مصادیق گوناگونی در سایر کشورها از جمله امنیت سایبری در جمهوری چک، فین‌تک در مکزیک، امضای الکترونیکی در شیلی و تدارکات دولتی الکترونیکی در اتریش و نروژ را شامل می‌شوند. تعیین اصول راهنما برای رگولاتوری مدل‌های جدید کسب و کار مرتبط با تکنولوژی‌های دیجیتال هم از اقداماتی است که توسط دولت دانمارک انجام شده است.





## تجارت ICT- جهان

آخرین داده‌های سال ۲۰۲۰ آنکتاب، نشان‌دهنده اتکای فزاینده به فناوری‌های دیجیتال، تقویت تجارت بین‌المللی رایانه و تجهیزات مرتبط با آن و معکوس شدن روند نزولی قبلی است.

| ارزش تجارت |  | رشد ۲۰۲۰ نسبت به ۲۰۱۹ |
|------------|--|-----------------------|
| صادرات ICT |  | ۴٪                    |
| واردات ICT |  | ۱.۱٪                  |

صادرات کالای ICT در سال ۲۰۲۰ با افزایش ۴ درصدی نسبت به سال قبل، به حدود ۲.۳ هزار میلیارد دلار و واردات این محصولات با افزایش حدود ۱ درصدی نسبت به سال قبل، به حدود ۲.۵ هزار میلیارد دلار رسید.

با شیوع همه‌گیری، واردات کالاهای مقرون به صرفه ICT حتی در کشورهایی که در مراحل اولیه تحول دیجیتال هستند، افزایش یافته است. در سال ۲۰۲۰، سهم ICT از کل کالاهای وارداتی در جهان به ۱۶ درصد رسید که نسبت به سال ۲۰۱۹، تقریباً ۳ واحد درصد افزایش یافت. در این سال، واردات کامپیوتر و تجهیزات جانبی با افزایش ۳ درصدی در صدر واردات کالاهای ICT قرار داشت.

## تجارت کالای ICT ایران

هفت ماهه نخست ۱۴۰۰

در هفت ماهه نخست ۱۴۰۰، ارزش **صادرات کالای ICT** در ایران حدود **۳.۱ میلیون دلار** بوده است که تقریباً ۰.۰۱ درصد از کل ارزش صادرات کالا (بدون نفت خام) را تشکیل می‌دهد. کالاهای ICT که طی این مدت، صادر شده‌اند، شامل ۴۵ کد تعرفه شش رقمی می‌شوند. به طور کلی، بخش قابل توجهی از کالاهای ICT صادر شده طی هفت ماهه ۱۴۰۰، مربوط به **تجهیزات ارتباطی** است.

بیش از ۹۰ درصد از مجموع صادرات ۳.۱ میلیون دلاری ICT در هفت ماهه نخست ۱۴۰۰، مربوط به ۱۰ کد تعرفه شش رقمی بوده است. دستگاه‌های فرستنده با کد تعرفه ۸۵۲۵۵۰ و صادرات ۷۳۲ هزار دلاری (سهم حدود ۲۴ درصدی از صادرات ICT) در صدر این اقلام قرار دارند. تقریباً ۷۰ درصد از ارزش صادرات این کد تعرفه به مقصد عراق و حدود ۳۰ درصد از آن به مقصد ترکیه صادر شده است.

در هفت ماهه نخست ۱۴۰۰، ارزش **واردات کالای ICT** در ایران حدود **۳.۲ میلیارد دلار** بوده است که تقریباً ۱۱.۴ درصد از کل ارزش واردات کالای کشور را تشکیل می‌دهد. کالاهای ICT که طی این مدت، وارد شده‌اند، شامل ۷۳ کد تعرفه شش رقمی می‌شوند.

به طور کلی، بخش قابل توجهی از کالاهای ICT وارد شده طی هفت ماهه ۱۴۰۰، مربوط به **تجهیزات ارتباطی** است. حدود ۷۰ درصد از مجموع ارزش واردات ICT در هفت ماهه نخست ۱۴۰۰ (تقریباً ۲.۳ میلیارد دلار) مربوط به گوشی تلفن همراه با کد تعرفه ۸۵۱۷۱۲ بوده که بیش از ۹۱ درصد از آن از مبدا امارات متحده عربی وارد شده است. ضمناً، رقم بالایی واردات ITC طی هفت ماهه نخست ۱۴۰۰ در مقایسه با رقم واردات کل سال ۱۳۹۹ (۴.۲ میلیارد دلار، اسلاید بعدی) عمدتاً به دلیل افزایش بهای تمام شده واردات این محصولات به خصوص تلفن همراه در سال ۱۴۰۰ بوده است.

## تجارت کالای ICT ایران سال ۱۳۹۹

در سال ۱۳۹۹، ارزش **صادرات کالای ICT** در ایران حدود **۸ میلیون دلار** بوده است که تقریباً ۰.۰۲ درصد از کل ارزش صادرات کالا (بدون نفت خام) را تشکیل می‌دهد. کالاهای ICT که طی این مدت، صادر شده‌اند، شامل ۴۹ کد تعرفه شش رقمی می‌شوند. به طور کلی، بخش قابل توجهی از کالاهای ICT صادر شده طی سال ۱۳۹۹، مربوط به **تجهیزات ارتباطی** بوده است.

بیش از ۶۰ درصد (حدود ۴.۹ میلیون دلار) از مجموع صادرات ۸ میلیون دلاری ICT در سال ۱۳۹۹، مربوط به کد تعرفه ۸۵۲۵۵۰ (دستگاه‌های فرستنده) است. حدود ۹۲ درصد از ارزش صادرات این کد تعرفه به مقصد عراق و مابقی به کشورهای ترکیه و اندونزی صادر شده است.

در سال ۱۳۹۹، ارزش **واردات کالای ICT** در ایران حدود **۴.۲ میلیارد دلار** بوده است که تقریباً ۱۱ درصد از کل ارزش واردات کالایی کشور را تشکیل می‌دهد. کالاهای ICT که طی این مدت، وارد شده‌اند، شامل ۸۰ کد تعرفه شش رقمی می‌شوند. به طور کلی، بخش قابل توجهی از کالاهای ICT وارد شده طی سال ۱۳۹۹، مربوط به **تجهیزات ارتباطی** بوده است. بیش از ۷۸ درصد از مجموع ارزش واردات ICT در هفت ماهه نخست ۱۴۰۰ مربوط به ۵ کد تعرفه شش رقمی است. گوشی تلفن همراه با کد تعرفه ۸۵۱۷۱۲ بیش از ۵۹ درصد از ارزش واردات ICT کشور (حدود ۲.۵ میلیارد دلار) را در سال ۱۳۹۹ تشکیل می‌دهد و تقریباً ۹۷ درصد از آن از مبدا امارات متحده عربی وارد شده است.

## توصیه سیاستی

رگولاتوری در حوزه اقتصاد دیجیتال برای کاهش مداخلات با ماهیت تصدی‌گری و دخالت‌های اداری و دستوری دولت در بازار خدمات دیجیتالی، موضوعی حیاتی برای جلب مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و تقویت رقابت در این حوزه است.

همچنین ضرورت دارد سیاست‌گذاری و تدوین برنامه‌ها در حوزه اقتصاد دیجیتال با دخالت و مشارکت موثر نهادهای بخش خصوصی باشد. می‌باید در کلیه محورهای زیر، عملکرد قبلی پایش و تحلیل، وضعیت فعلی ارزیابی و برنامه بهبود ضمن پیش‌بینی پایش و نظارت بر همه مراحل آن تهیه شود:

- دسترسی و اتصال
- جذب و استفاده از دیجیتال توسط خانوارها و بنگاه‌ها
- دولت دیجیتال
- دسترسی به داده، تسهیم و استفاده از آن
- حریم خصوصی و سیاست‌های مرتبط با مصرف‌کننده
- امنیت دیجیتالی
- دیجیتالی سازی سیاست‌های حوزه‌های علم و نوآوری و توسعه مهارت‌ها