



# الاتصالات وتقنية المعلومات في الشركات والمؤسسات الكويتية

تقرير عن استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات  
والتجارة الرقمية في أوساط الأعمال التجارية



CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY

**COVER BACK SIDE**



CITRA

الهيئة العامة للأجهزة والتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY



حضرة صاحب السمو

الشيخ نواف بن أحمد بن الجابر الصباح

أمير البلاد المفدي حفظ الله ورعاه





CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY



حضرة صاحب السمو

الشيخ فهد بن عبد الرحمن آل سعود

ولي العهد حفظ الله ورعاه





CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY



سمو الشيخ

**صباح خالد الحمد الصباح**

رئيس مجلس الوزراء





CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY



**م. سالم مثير الأذينة**

رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي





## الفهرس :

16 - 14

المخلص التنفيذي

18 - 17

المعلومات الأساسية والأهداف

19

إطار عمل الدراسة

20

المنهجية المتبعة

21

استبيان الشركات

23 - 22

توزيع عينة استبيان الشركات

24

الاتصالات وتقنية المعلومات في الكويت

25

استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات في أوساط الأعمال التجارية

28 - 25

الأجهزة والاتصال

31 - 29

شبكة الإنترنت ووسائط التواصل الاجتماعي

33 - 31

البرمجيات والحوسبة السحابية

37 - 34

التجارة الرقمية

40 - 38

الخاتمة والتوصيات

## 1 الملخص التنفيذي



## الملخص التنفيذي

يشهد العصر الرقمي تطوراً سريعاً، تدخل فيه التقنية الرقمية في الحياة اليومية بشكل غير مسبوق، وضاعفت جائحة كوفيد-19 سرعة تبني الأساليب الرقمية للعيش والعمل والمعاملات لتصل إلى مستويات عالية جديدة. وفي وقتنا الحاضر، يعتمد مستقبل البلدان على تقدّم التقنية الرقمية وتطور الاقتصاد الرقمي. وللحصول على رؤى حول التوجهات الرقمية وإعداد الكويت لحقبة ما بعد كوفيد-19، أجرت الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات بحثاً مستفيضاً يشمل العديد من المجالات، كالبنية التحتية للاتصالات وتقنية المعلومات والمنظومة ذات الصلة، فضلاً عن استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات من طرف الأسر والأفراد والشركات والقطاع العام. ويغطي هذا التقرير المشهد العام للاتصالات وتقنية المعلومات في أوساط الأعمال التجارية، ويركز على استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات والتجارة الرقمية، مستفيداً من نتائج استبيان أجري على مستوى الشركات. وفيما يلي ملخص لأهم نتائج التقرير:

**التقدم العام:** أحرزت الشركات في الكويت تقدماً ملحوظاً في الاستعداد للعصر الرقمي خلال العقد الأخير، ما جعلها تتقلد اليوم مكانة رائدة ضمن اقتصادات المعرفة فيما يخص الاتصال واستخدام الأجهزة.

**استخدام الأجهزة:** عام 2020، استخدمت كل الشركات بالكويت — مهما كان حجمها أو القطاع الذي تشتغل فيه — الحواسيب (المكتبية والمحمولة والأجهزة اللوحية) والإنترنت في عملياتها اليومية.

**الاتصال:** تستخدم معظم الشركات الاتصالات الثابتة ذات النطاق العريض، ويشيع استخدام الاتصالات المتنقلة ذات النطاق العريض كذلك، ما يشير إلى أن معظم الشركات تستخدم خيارات اتصال متعددة. تطور التطبيقات: تستخدم معظم الشركات تطبيقات مؤتمرات الفيديو والبرمجيات المختلفة لإدارة عملياتها الرئيسية ومنح موظفيها إمكانية النفاذ عن بعد للموارد التنظيمية.

## المُلخَص التَّفِيذِي

**اعتماد الحوسبة السحابية** : ازداد استخدام الشركات للمنصات السحابية الخاصة والعامّة بشكل كبير خلال السنوات الخمس الأخيرة، إذ ارتفع استخدام الشركات للحوسبة السحابية الخاصة من نسبة ضئيلة تعادل 4% عام 2015 إلى نحو 40% عام 2020. وتستعمل معظم الشركات في الكويت (88%) النموذج السحابي العام «البرمجيات كخدمة»، ما يجعله نموذج النشر المفضل لتنفيذ البرمجيات وتحديث التطبيقات .

**الحضور على الشبكة** : ارتفع عدد الشركات التي تمتلك مواقع إلكترونية ارتفاعاً كبيراً خلال السنوات الخمس الأخيرة. فعلى سبيل المثال، أنشأ أكثر من ثلثي إجمالي الشركات في الدولة مواقع إلكترونية عام 2020. ولكن لا يزال هناك مجال للتحسين، حيث إن نسبة النفاذ أدنى قليلاً من متوسط النفاذ في الاتحاد الأوروبي وأدنى بكثير من نسبتها في البلدان الرائدة كفنلندا والدنمارك واليابان.

**التجارة الرقمية** : توفر معظم الشركات اليوم خدمات العملاء وتتعامل مع المؤسسات الحكومية والمالية عبر الإنترنت، وتشهد التجارة الرقمية نفاذاً واسعاً، حيث تباع 88% من الشركات في الكويت المنتجات وتشتريها عبر قنوات إلكترونية. ويعد ضعف الدعم الحكومي، لاسيما فيما يتعلق بالمهارات والاستراتيجيات، التحدي الأكبر الذي يعرقل نمو التجارة الرقمية في الكويت.

تسريع تطور الاقتصاد الرقمي يستلزم دعماً كبيراً، حيث يتعين وضع سياسات استشرافية وإقامة بنية تحتية رقمية وطنية قوية. يتوجب تركيز الجهود في هذه الجوانب والتي تشمل مجالات خمسة أساسية تتمثل في شبكات الاتصال والتقنية الرقمية الناشئة والأمن والثقة والابتكار والشركات الناشئة وتنمية المهارات.



## نظرة عامة على المشروع والمنهجية المتبعة

### المعلومات الأساسية والأهداف

يتميز العصر الرقمي بسرعة التطور، خاصة بعد أن أصبحت التقنية الرقمية تستخدم في أماكن العمل والمنازل بمعدل لم يسبق له مثيل، وضاعفت جائحة كوفيد 19 سرعة تبني الأساليب الرقمية للعيش والعمل والمعاملات لتصل إلى مستويات عالية جديدة، وأصبحت التقنية أحد العوامل الحاسمة والواضحة المحددة للنجاح في هذا العصر الجديد، إذ إنها تساعد الأفراد والمؤسسات على التكيف مع الظروف الطارئة والاستجابة لها بسرعة. ووفقاً لمؤسسة البيانات الدولية لأبحاث السوق، توصل الاقتصاد العالمي إلى السيادة الرقمية في الوقت الحاضر؛ إذ شكّلت المنتجات والخدمات التي تقدّمها الشركات المحوّلة رقمياً أكثر من نصف إجمالي الناتج المحلي العالمي الذي بلغ 82 تريليون دولار عام 2020 (مؤسسة البيانات الدولية).

وفي وقتنا الحاضر، يرتبط مستقبل البلدان بتقدّم التقنية الرقمية وتطوير الاقتصاد الرقمي، حتى شكل بناء اقتصاد المعرفة أحد مجالات التركيز للعديد من البلدان الرائدة على مدى عقود. وفي الواقع، مكنت الاستثمارات التي أجريت من أجل بناء اقتصاد المعرفة وإقامة البنية التحتية الرقمية هذه البلدان من الاستجابة السريعة لأزمة كوفيد 19 عام 2020. ولكي تمضي قدماً، يجب على البلدان أن تجمع الرؤى المتعلقة بتطور التقنية الرقمية وأن تحدد الطريقة التي يُمكن من خلالها تحقيق التحوّل الرقمي وتحسين معيشة المواطنين والمقيمين في إطار استعدادها لحقبة ما بعد أزمة فيروس كورونا المستجد.

وتجري الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات – الجهة الحكومية المسؤولة عن تنظيم قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في الكويت – بحثاً دورية لتقييم تطور التقنية الرقمية في البلاد. ولاستكمال الجهود البحثية المبذولة عام 2019، أجرت الهيئة دراسة بحثية مفضّلة لمنظومة الاتصالات وتقنية المعلومات بالكويت عام 2020. وكان لهذه الدراسة ثلاثة أهداف رئيسية تتجلى في:

**التأسيس:** تقييم حالة ومستوى تطور البنية التحتية الرقمية للكويت من خلال تقييم شركات الاتصالات الثابتة والمتنقلة وشركات الإنترنت.

**الدعم:** تقييم منظومة التقنية الرقمية في الكويت من حيث الرؤية الوطنية والتشريعات المعمول بها محلياً، فضلاً عن الابتكارات والمهارات.

## المعلومات الأساسية والأهداف

**الاستخدام :** فهم مستوى التقدّم والتوجّهات السائدة بين الأسر والأفراد والشركات والهيئات الحكومية والمؤسسات التعليمية فيما يتصل باستخدام التقنية الرقمية. وتتوافق هذه الدراسة البحثية مع الأهداف الاستراتيجية لخطة التنمية الوطنية لرؤية دولة الكويت لعام 2035 («كويت جديدة»). وتناولت الدراسة الأهداف المحدّدة للرؤية، مثل: زيادة الإنتاجية المحلية، وتطوير القطاعات الاقتصادية غير النفطية، وتحسين مستوى معيشة المواطنين، وإشراك القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي الوطني، وتحديد الخطوط العريضة للسياسات الداعمة للنمو.

وعلاوة على ذلك، أجرت هذه الدراسة قياساً لمدى التقدّم الذي أحرزه قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات باستخدام المؤشرات المعترف بها دولياً والتي طورتها وكالات عالمية، مثل الاتحاد الدولي للاتصالات، وساعدت هذه المؤشرات الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات في تقييم مستوى تقدّم الاتصالات وتقنية المعلومات في الكويت ومقارنته بالدول الأخرى، وتحديد المجالات التي تتطلب التحسين، والاحتفاء بالإنجازات المحلية.

## إطار عمل الدراسة البحثية ونطاقها

تناولت هذه الدراسة البحثية ثلاثة جوانب رئيسية، وهي: البنية التحتية، والمنظومة، والاستخدام، وشملت سبعة استبيانات هذه الجوانب، حيث ستُنشر النتائج ضمن أربعة تقارير، ويوضح الشكل أدناه إطار عمل الدراسة البحثية ونطاقها.

### إطار عمل الدراسة البحثية ونطاقها



المصدر : مؤسسة البيانات الدولية ، عام 2020

## المنهجية المتبعة

وفيما يلي تفصيل منهجية الدراسة التي تشمل كلاً من البحوث الأولية والثانوية.

**التعريف :** انطوت الخطوة الأولى على تعريف مؤشرات الاتصالات وتقنية المعلومات المطلوبة لإجراء التقييمات وتحديد أنواع البيانات اللازمة لإعداد هذه المؤشرات. وجرى ذلك من خلال مراجعة المؤشرات الحالية وأفضل الممارسات التي أوصت بها المنظمات العالمية، مثل: الاتحاد الدولي للاتصالات، والمنتدى الاقتصادي العالمي، والأمم المتحدة، ومكتب الإحصاء الأوروبي يوروستات. وشملت هذه الخطوة وضع لائحة مفصلة بالمؤشرات.

**جمع البيانات :** تجلت الخطوة التالية في جمع البيانات اللازمة عبر الاستبيانات والمقابلات، وشملت إعداد استبيانات مفصلة.

**التحليل :** حُولت البيانات المجمعة إلى جداول تقريرية وجدول مؤشرات، وحللت بالمقارنة مع المعلومات المحصل عليها من الدراسات السابقة من أجل كشف التوجهات والرؤى.

**العرض :** تقدم النتائج على شكل تقارير تُوزع داخلياً وخارجياً.

ويشرح هذا التقرير بالتفصيل مستوى استخدام الشركات للاتصالات وتقنية المعلومات في الكويت، ويستفيد من نتائج استبيان أجري على مستوى الشركات في الدولة.



## استبيان الشركات

تمت الاستعانة بالطرق التالية في استبيان الشركات لجمع البيانات :

**المقابلات الشخصية :** مثَّلت المقابلات الشخصية الطريقة الرئيسية لجمع البيانات اللازمة، حيث تم الاتصال بالشركات المختارة أولاً عبر الهاتف من أجل ترتيب المواعيد مع المشاركين المستهدفين، وما أن تم تحديد مواعيد الاجتماعات، حتى توجه محاور خبير ومدرب إلى الشركات بغرض إجراء المقابلات الشخصية.

**الاستبيانات عبر الإنترنت :** فضَّل بعض المشاركين تعبئة الاستبيان بأنفسهم عبر الإنترنت بدلاً من إجراء المقابلات الشخصية، وزوِّد هؤلاء بروابط مكنتهم من الإجابة عن الأسئلة بأنفسهم، وأجريت معهم اتصالات متابعة من أجل ضمان تعبئة الاستبيانات الإلكترونية بدقة.

واعتمدت الإدارة المركزية للإحصاء بالكويت استبيانات الشركات هذه، وضمنت خطة انتقاء العينات أن يشتمل الاستبيان على الشركات مهما كان حجمها أو مجال عملها أو موقعها الجغرافي.





## توزيع عينة استبيان الشركات



%20

خدمات الإسكان والغذاء



%2

الزراعة والصيد



%5

تقنية المعلومات والاتصالات



%2

النفط والغاز



%4

المصارف والتمويل والتأمين



%12

التصنيع



%9

الخدمات المهنية / خدمات الأعمال



%12

البناء



%8

الصحة وأنشطة العمل الاجتماعي



%20

البيع بالتجزئة وبالجمله



%1

التعليم



%4

النقل

المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.

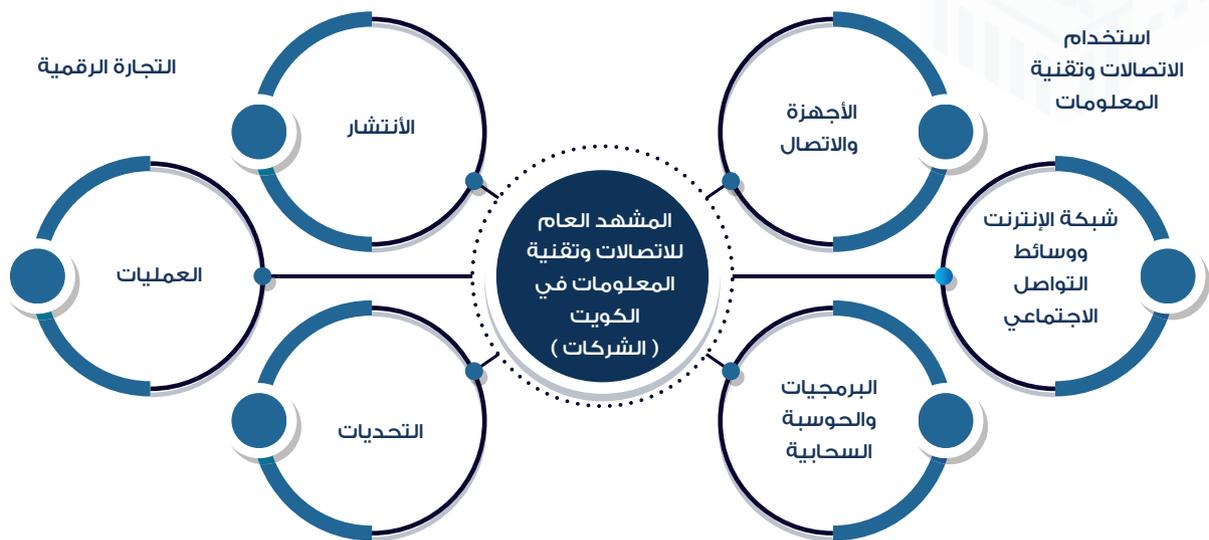
## الاتصالات وتقنية المعلومات في الكويت

## الاتصالات وتقنية المعلومات في الأعمال

سعت الشركات في جميع أنحاء العالم إلى التحول الرقمي طوال العقد الأخير، وعززت جائحة كوفيد ١٩ من ضرورة التحول الرقمي وساهمت في تسريع تبني الشركات للاتصالات وتقنية المعلومات، حيث زادت الجائحة من سرعة تحول المستهلك نحو البيئات الرقمية وأدت إلى ظهور جهات فاعلة من الجيل الرقمي. ونظراً لأن أوائل الشركات التي اعتمدت التحول الرقمي كانت أكثر قدرة على معالجة الاختلالات التي تسببت بها الجائحة، بدأت الشركات الأخرى لحقتها وتأخرت عنها في اعتماد التقنية الرقمية بتسريع خطط الاعتماد الرقمي الخاصة لتعزيز مستوى الفعالية واللاحق بنظرائهم.

وإذ يعتمد مستقبل أي شركة، مهما كان حجمها أو قطاعها، على سرعة تبني نماذج الأعمال الرقمية وإقامة بنية تحتية ملائمة للعصر الرقمي، يحل هذا التقرير المشهد العام للاتصالات وتقنية المعلومات بالكويت من خلال التركيز على مجالين رئيسيين اثنين: استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات في أوساط الأعمال التجارية ونفاذ التجارة الرقمية. ويوضح الشكل أدناه المحورين الأساسيين للدراسة البحثية التي أجرتها الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات :

### الإطار المفاهيمي والنطاق



مؤسسة البيانات الدولية، عام 2021

## استخدام الاتصالات وتقنية المعلومات في أوساط الأعمال التجارية

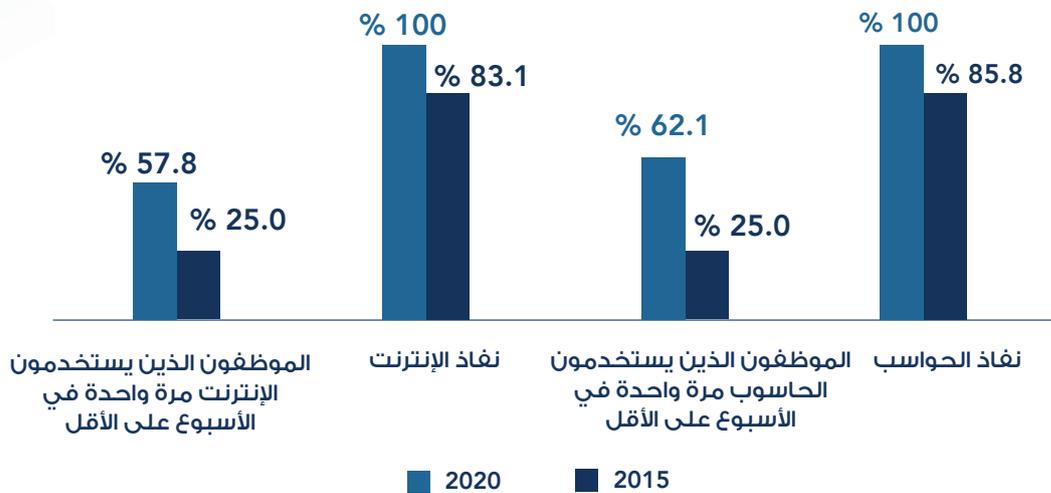
لتحليل مستوى استخدام الشركات بالكويت للاتصالات وتقنية المعلومات، خضعت ثلاثة جوانب مختلفة للدراسة، وهي: الأجهزة والاتصال، وشبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، والبرمجيات والحوسبة السحابية.

### الأجهزة والاتصال

تشكل أجهزة الاتصالات وتقنية المعلومات، واتصالها من خلال شبكات التواصل، الضروريات الأساسية لإقامة الأعمال التجارية في العصر الرقمي. وتستعمل جميع الشركات في الكويت الحواسيب (المكتبية والمحمولة والأجهزة اللوحية) والإنترنت في عملياتها اليومية؛ حيث ارتفع عدد الشركات التي تستخدم أجهزة الحوسبة بشكل ملحوظ منذ 2015، حين كانت 86% من الشركات تستخدم الحواسيب و83% منها تستخدم الإنترنت.

وفي عام 2015، لم تتخطى نسبة الموظفين الذين يستخدمون الحواسيب وخدمات الإنترنت بانتظام لإنجاز الأعمال عن 25% من موظفي الدولة، ولكن تضاعفت هذه النسبة بأكثر من مرتين في السنوات الخمس الأخيرة ليصبح نحو ثلثي الموظفين يستعملون هذه الأجهزة والخدمات مرة واحدة في الأسبوع على الأقل في عام 2020.

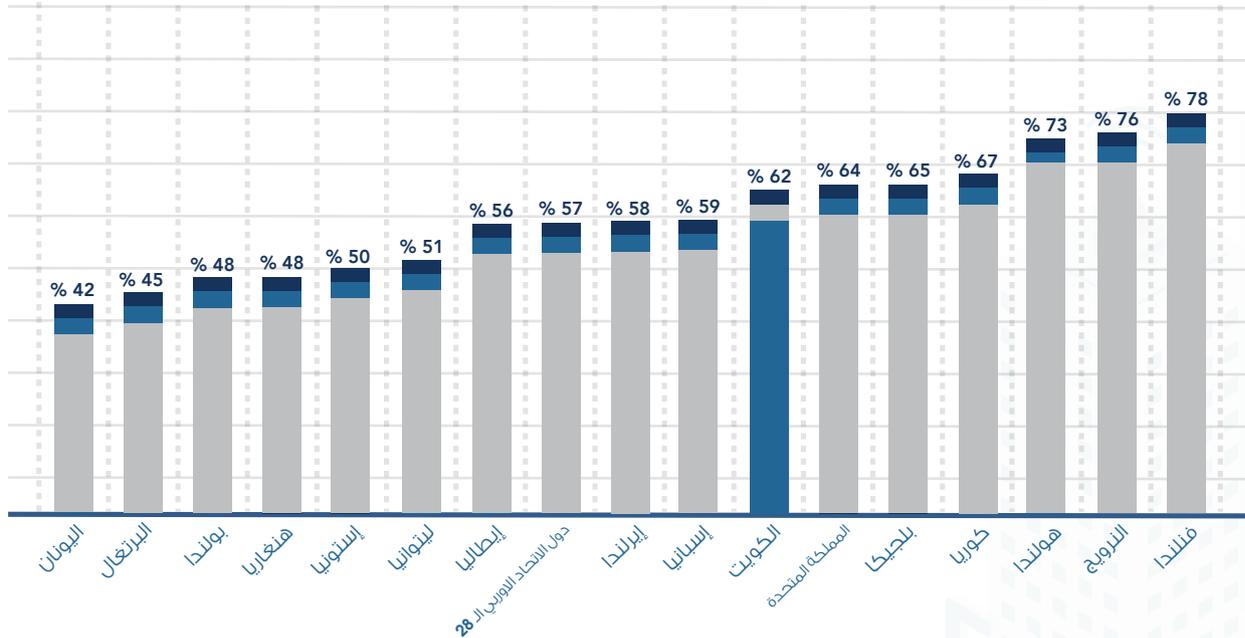
#### نفاذ الإنترنت والحواسيب في أوساط الأعمال التجارية



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: النفاذ: نسبة الشركات التي تستخدم الحواسيب/الإنترنت. الاستخدام: نسبة الموظفين الذين يستخدمون الحاسوب/الإنترنت بانتظام (مرة واحدة في الأسبوع على الأقل) في عملهم.

وبالنظر إلى التقدم الذي أحرزته الكويت في العقد الأخير، غدت الدولة اليوم على لائحة الدول الرائدة فيما يتعلق بمقياس استخدام الموظفين للحواسب، وفي حين أن دولاً كفنلندا والنرويج تحتل الصدارة في هذا الصدد، باستخدام أكثر من ثلاثة أرباع عمالها المحليين للحواسب، فإن الكويت تتلوها مباشرة وتحتل مكانة أعلى بكثير من المتوسط الأوروبي الذي يعادل 57%.

مقارنة الدول من حيث تغطية شبكة الجيل الخامس، لعام 2020

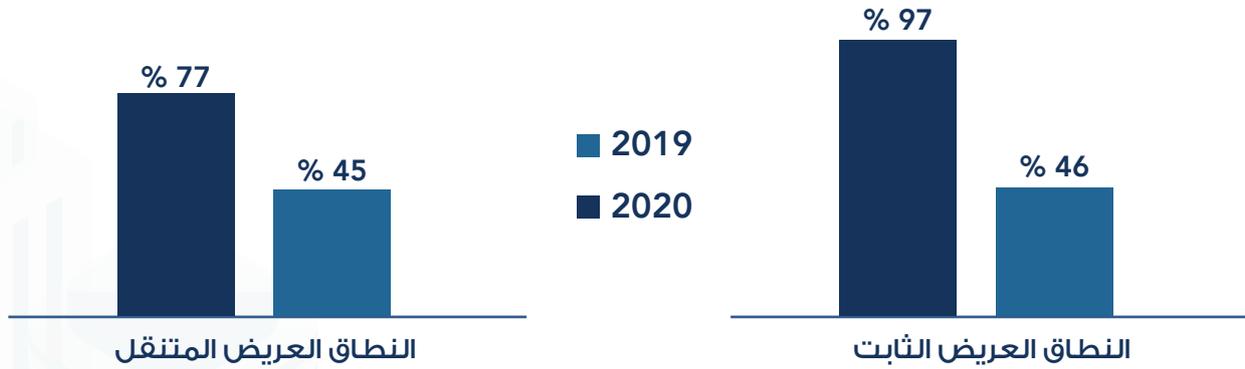


المصدر: الكويت - بناءً على البيانات المجمعّة من مشغلي شبكات الاتصالات المتنقلة، لعام 2020. الدول الأخرى - مصادر متنوعة (بعضها كتوقعات طبقاً لنشر الاستخدام المخطط له). يوضّح معدل التغطية نسبة السكان المشمولين بتغطية شبكة الجيل الخامس.

ازداد عدد الشركات التي تستخدم الاتصالات ذات النطاق العريض بشكل ملحوظ خلال السنوات الخمس الأخيرة، حيث تستخدم تقريباً كل الشركات العاملة في الدولة اتصالات كهذه الآن، ما يشكل ارتفاعاً كبيراً بالنظر إلى أن هذه الاتصالات كانت توجد في أقل من نصف مجموع الشركات عام 2015، وذلك بحسب التقارير. ويشيخ استخدام الاتصال الثابت ذي النطاق العريض وينتشر اعتماد الاتصال المتنقل ذي النطاق العريض، وهو ما يشير إلى أن معظم الشركات في الدولة تستخدم أكثر من نوع واحد للاتصال بالانترنت. وعموماً فإن الشركات الصغيرة التي فيها أقل من عشرة موظفين، والتي غالباً ما تعمل في قطاعات كالبيع بالتجزئة والخدمات الشخصية والمهنية والموارد، تشكل نسبة أقل مقارنة بالمؤسسات التي تستخدم الاتصال المتنقل ذا النطاق العريض فقط. وأظهرت الاستبيانات في هذه الدراسة الواسعة تبايناً في أنواع الاتصال بالانترنت المفضلة في المنازل والشركات، ففي حين أن المنازل تميل إلى الاتصال المتنقل ذي النطاق العريض، تفضل الشركات الاتصال الثابت ذا النطاق العريض، لأنها تستلزم

اتصالات مستقرة، عالية السرعة وثابتة لإجراء عملياتها. وسيزيد التوفر الواسع لشبكات الجيل الخامس من تبني الشركات للاتصال المتنقل ذي النطاق العريض في المستقبل، وستحافظ معظم الشركات، في جميع الأحوال، على نوعي الاتصال الاثنين من أجل استيفاء متطلبات العصر الرقمي المتزايدة.

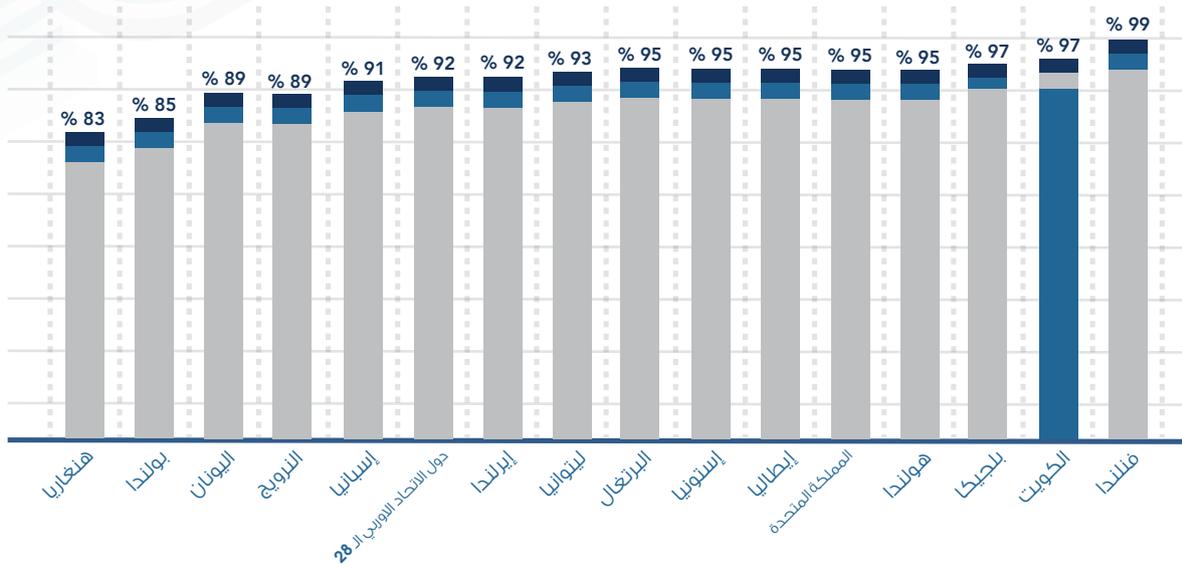
### نفاذ الاتصال المتنقل ذي النطاق العريض والاتصال الثابت ذي النطاق العريض في أوساط الأعمال التجارية



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: نسبة الشركات حسب نوع الاتصال بالإنترنت

تتفرد الكويت مكانة رائدة ضمن أفضل البلدان اتصالاً في العالم فيما يخص النفاذ إلى الاتصال الثابت ذي النطاق العريض في أوساط الأعمال التجارية، وتحل فنلندا مرتبة الصدارة، حيث توفر 99% من الشركات اتصالاً ثابتاً ذا نطاق عريض، تتلوها الكويت وبلجيكا بنسبة نفاذ تصل إلى 97%، ما يفوق بكثير المتوسط في الاتحاد الأوروبي الذي يعادل 92%.

### نسبة الشركات التي تستخدم الاتصال الثابت ذي النطاق العريض في مختلف الدول، 2020



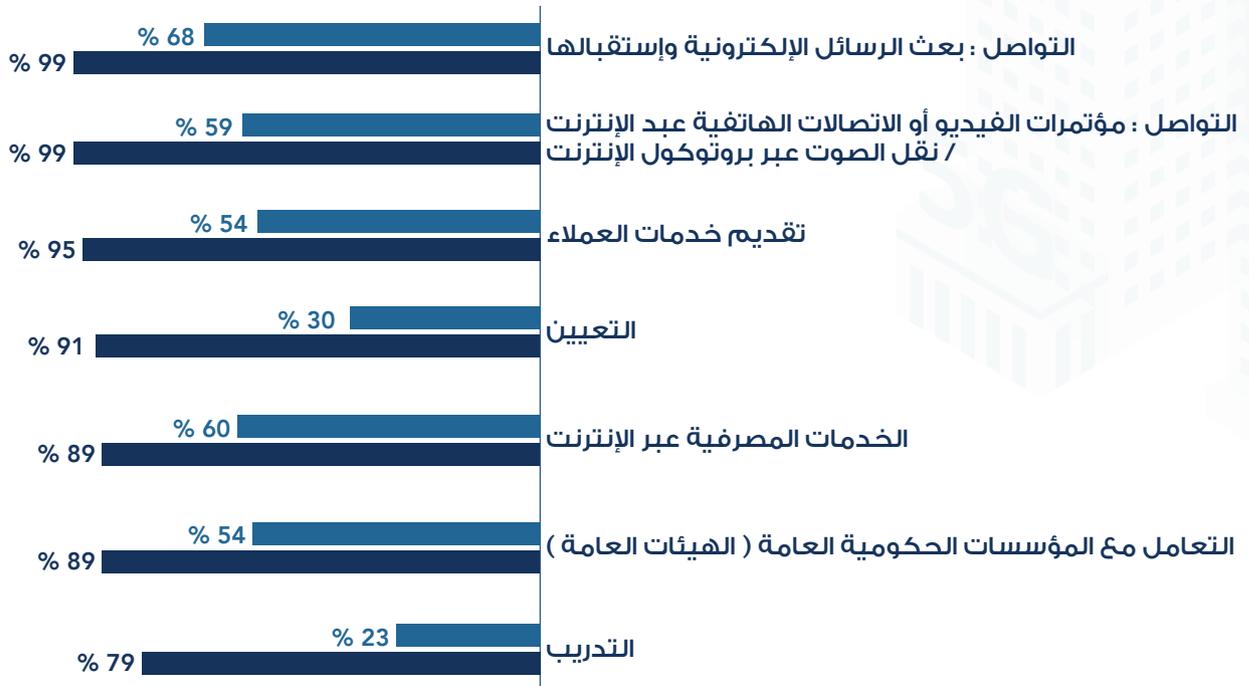
المصدر: الكويت - استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: نسبة الشركات التي تستخدم الاتصال الثابت ذي النطاق العريض. تعكس القيم الواردة بيانات 2019 وبيانات الشركات التي بها أكثر من 10 موظفين فقط بالنسبة لكل الدول باستثناء الكويت. تعكس قيم دول الاتحاد الأوروبي والمملكة المتحدة بيانات 2018.

ويعد التواصل نشاطاً إلكترونيًا شائعاً تجريه الشركات في الكويت، معزراً بمبادرات العمل من المنزل التي أطلقت في مستهل جائحة كوفيد 19. وفي الواقع، أشارت 99% من الشركات إلى أنها استخدمت تطبيقات اتصالات الفيديو عام 2020، بالمقارنة مع 59% فقط عام 2015.

وتوفر معظم المؤسسات الخاصة والعامة في الكويت خدمات العملاء عبر الإنترنت وتجري معاملات الحكومة الإلكترونية والعمليات المصرفية الإلكترونية، وفي عام 2020، قدمت 90% من الشركات تقريباً خدمات عبر الإنترنت ودعمت المعاملات الإلكترونية بالمقارنة مع 50% فقط عام 2015.

ولا يقتصر التحول الرقمي على التواصل والتجارة فقط، بل يشمل الأنشطة ذات التوجه المادي (كالتعيين والتدريب). وانتقلت هذه الأنشطة عمومًا من الصيغة المادية إلى الصيغة الإلكترونية السنة الماضية بسبب الحجر الصحي والقيود المفروضة على التنقل التي تسببت بها الجائحة.

#### أنشطة الإنترنت الشائعة في الشركات



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.  
ملحوظة: نسبة الشركات التي تستخدم الإنترنت في النشاط المشار إليه

## شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي

في العصر الرقمي، أصبحت المواقع الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي أدوات التعامل الخارجي الأساسية التي تمكن الشركات من رفع نسبة ظهورها ومصداقية علامتها التجارية ومن إجراء المعاملات التجارية وتقديم المعلومات والخدمات. وتشكل المواقع الإلكترونية والتطبيقات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي بوابات إلى التجارة الرقمية.

وارتفع عدد الشركات التي لها حضور إلكتروني في الكويت بشكل ملحوظ خلال السنوات الخمس الأخيرة، وبما أن العربية والإنجليزية تستخدمان بشكل واسع في الكويت، فيتعين على الشركات توفير مواقع بعدة لغات، حتى ازداد عدد الشركات التي لها مواقع بأكثر من لغة بمقدار الضعف تقريباً بين عامي 2015 و2020، أي ما يعني نصف الشركات في الدولة.

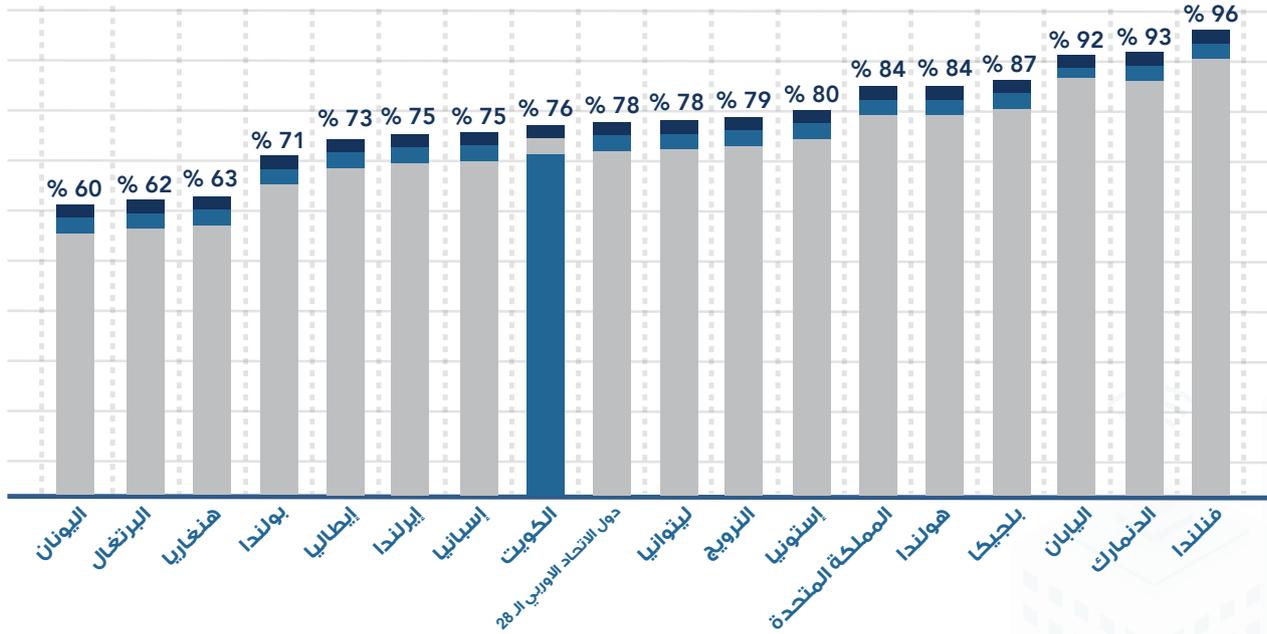
### الشركات التي لها حضور إلكتروني



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.  
ملحوظة: نسبة الشركات التي لها مواقع إلكترونية ومواقع إلكترونية بعدة لغات.

لا يزال هناك مجال للتحسين فيما يتعلق بالحضور الإلكتروني للشركات، حيث إن نسبة هذا الأخير في الكويت لا ترقى إلى المتوسط في الاتحاد الأوروبي وفي دول كفنلندا والدنمارك واليابان. وبالرغم من أن معظم الشركات المتوسطة إلى الكبيرة في الكويت لها مواقع إلكترونية، ليس لنحو 40% من الشركات الصغيرة (التي بها 10-49 موظفًا) في الدولة حضور إلكتروني. ولهذه الإحصائيات أهمية بالغة، حيث إن نجاح بلد ما وتطور الاقتصاد الرقمي فيه رهين بنشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وسيتعمد نمو هذه الأخيرة في العصر الحديث اعتمادًا كبيرًا على تبني نماذج الأعمال الرقمية وعلى حضورها الإلكتروني.

حضور الشركات على الإنترنت في مختلف الدول ، 2020



المصدر: الكويت - استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات التي بها أكثر من 10 موظفين، لعام 2020. ملحوظة: نسبة الشركات التي لها موقع إلكتروني. تعكس قيم دول الاتحاد الأوروبي واليابان والمملكة المتحدة بيانات 2019.

خلال السنوات العشر الأخيرة، استعمل المستخدمون في الكويت وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد للتواصل مع الآخرين، وسلكت الشركات في البلد هذا الدرب واعتمدت وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض التواصل العام، وكان للشركات حضور إلكتروني أقوى من الحضور في وسائل التواصل الاجتماعي قبل خمس سنوات. وفي عام 2020، تعدت نسبة الحضور في وسائل التواصل الاجتماعي نسبة الحضور الإلكتروني، إذ إن لنحو 88% من إجمالي الشركات حضور في منصة تواصل اجتماعي رائدة على الأقل في الوقت الحاضر.

ويشكل تطبيق إنستغرام أكثر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها الشركات في الكويت شهرة، حيث إن لنحو 79% من الشركات حضور على هذه المنصة، ولتويتر شهرة كبيرة كذلك، إذ توجد فيه نحو ثلاثة أرباع الشركات. وتستخدم الشركات أساساً تطبيقات إنستغرام وتويتر لاستهداف المستهلكين الشباب، ذلك لأن هاتين المنصتين تعرفان إقبالاً كبيراً من طرف الشباب. ولكل الشركات الكبيرة التي بها أكثر من 250 موظفًا صفحة على تطبيق إنستغرام، بينما تملك 95% منها صفحة على تطبيق تويتر. ويعد الحضور في هذه المنصات مهما جدًا للشركات العاملة في الكويت، حيث تنتشر الهواتف الذكية والإنترنت، ويشكل جيل الألفية وجيل ما بعد الألفية الضليعان في التقنية الرقمية 56% من السكان.

حضور الشركات في وسائل التواصل الاجتماعي

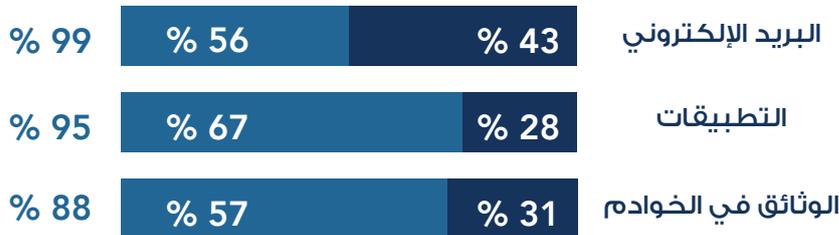


المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: نسبة الشركات التي لها صفحة في مواقع التواصل الاجتماعي. نسبة منصات وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشركات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي.

البرمجيات والحوسبة السحابية

غيرت جائحة كوفيد 19 أماكن العمل بشكل كبير، إذ ارتفع عدد الشركات التي تعتمد نماذج تشغيلية لا تحدد مقرًا واحدًا للعمل بدل اعتماد العمل في مقراتها. ويعزز نموذج العمل الجديد التعاون بين الإنسان والآلة، ويقدم تجارب جديدة للموظفين، ويتناسب مع البنية التحتية الرقمية المعاصرة. وكشفت تغيرات العمل هذه، التي طرأت بين ليلة وضحاها، عن فجوات البنية التحتية والسياسات والعمليات وأوجه القصور فيها في العديد من المؤسسات. ولأن ضمان استمرارية العمل أصبح أولوية عليا، ركزت معظم المؤسسات على توفير الموارد الداخلية للموظفين الذين يشتغلون عن بعد. ونجحت هذه الجهود المركزة، لكون كل الشركات تقريباً في الكويت تتيح إمكانية النفاذ عن بعد لموظفيها الآن، كما توفر كل المؤسسات تقريباً لعمالها إمكانية نفاذ كاملة للبريد الإلكتروني؛ ويوفر جزء كبير منها إمكانية النفاذ عن بعد للتطبيقات والوثائق كذلك.

الموارد المتاحة عن بعد للموظفين، 2020



99.6%

من الشركات توفر إمكانية الوصول عن بعد لمورد واحد على الأقل من مواردها

المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.

ملحوظة: نسبة الشركات التي توفر النفاذ عن بعد للموارد المذكورة.

ولتحقيق الازدهار في القرن الواحد والعشرين، يجب على الشركات أن تتحول إلى شركات رقمية، وتُعرف هذه الأخيرة على أنها التي تقدم منتجات وخدمات وتجارب ممكنة رقمياً لعملائها وموظفيها؛ وعليه، فإن توفر خدمات دعم مرقمنة تستعمل البرمجيات لإدارة الوظائف الرئيسية أساسي بالنسبة للشركات الرقمية. ويشيع استخدام التطبيقات في الكويت، حيث إن لكل الشركات تقريباً (98.8%) وظيفة رقمية واحدة على الأقل، وتعد تطبيقات التعاون التي تسهل التواصل بين الموظفين أكثر أنواع البرمجيات استخداماً. وسرّعت جائحة كوفيد 19 من استخدام هذا النوع من التطبيقات، بحيث ارتفعت نسبة الشركات التي تستخدمها من 17% عام 2015 إلى 92% عام 2020. ويشيع استخدام تطبيقات المحاسبة والتمويل والشراء كذلك في الكويت، وعلى مدار العقد الأخير، رفعت الشركات في الكويت بشكل كبير مستوى جاهزيتها فيما يخص الاتصالات وتقنية المعلومات؛ فشرعت معظم المؤسسات في الانتقال من نماذجها التقليدية المرتكزة على الورق إلى نماذج مرتكزة على التطبيقات البرمجية.

#### استخدام التطبيقات في أوساط الأعمال التجارية



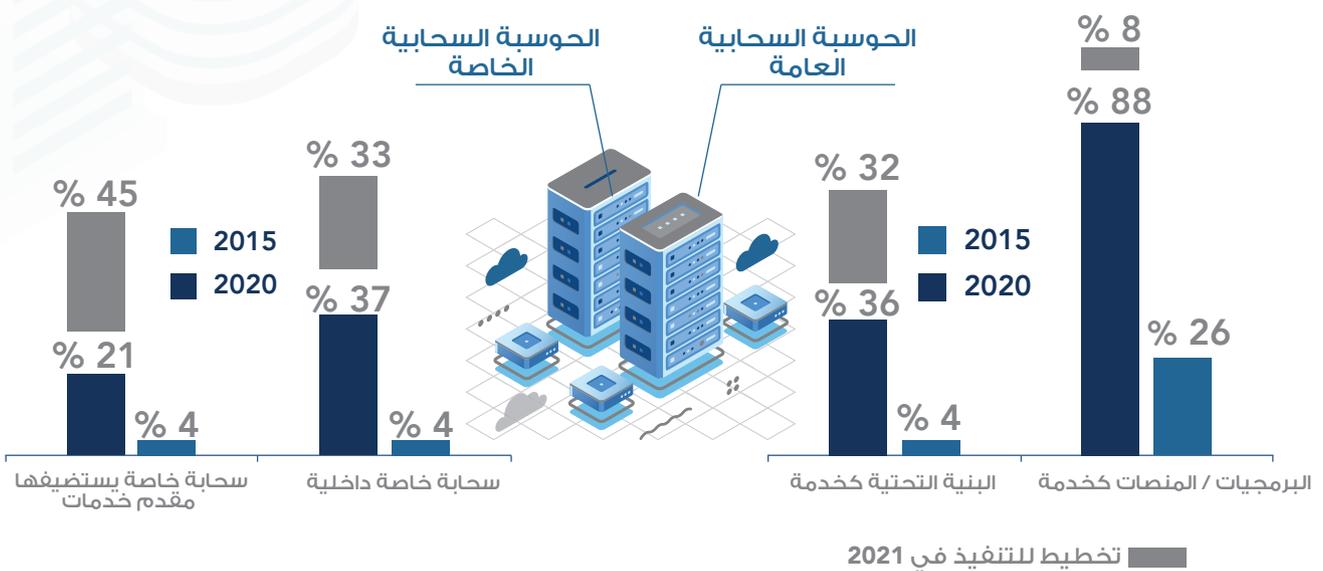
المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، 2020.  
ملحوظة: نسبة استخدام الشركات للتطبيقات حسب النوع

أصبحت النماذج التشغيلية المتمركزة حول الحوسبة السحابية جزءاً لا يتجزأ من بيئة تقنية المعلومات الحديثة، وزادت جائحة كوفيد 19 والاضطرابات الاقتصادية التي تسببت بها من أهمية المرونة والقدرة على التكيف التنظيميتين. وترى المؤسسات بجميع أحجامها اليوم أن الحوسبة السحابية عنصر مهم في استراتيجيات تقنية المعلومات الاستشرافية. وبالفعل، تستخدم معظم المؤسسات اليوم نهجاً متعددة تركز بالأساس على الحوسبة السحابية، وذلك بحسب حجمها والقطاع الذي تشتغل فيه، وتلجأ إلى نماذج سحابية داخلية خاصة ونماذج سحابية خارجية عامة أو نماذج سحابية مختلطة عامة/خاصة.

وإزداد اعتماد الشركات للمنصات السحابية الخاصة والعامة بشكل كبير خلال السنوات الخمس الأخيرة في الكويت، إذ ارتفع استخدام المؤسسات للحوسبة السحابية الخاصة من نسبة ضئيلة تعادل 4% عام 2015 إلى 40% عام 2020، ويشيع استخدام الحوسبة السحابية الخاصة بنسبة أكبر في الشركات الكبيرة التي تفضل الحوسبة السحابية الخاصة الداخلية على الحوسبة السحابية الخاصة التي تستضيفها شركات مقدمة للخدمة.

وعلى غرار استخدام الحوسبة السحابية الخاصة، ارتفع استخدام نموذج الحوسبة السحابية العام «البنية التحتية كخدمة»؛ إذ أصبح مستخدماً اليوم في أكثر من ثلث الشركات في الكويت. ومن المتوقع أن يزيد الطلب على عروض البنية التحتية كخدمة بشكل كبير في المستقبل، نظراً لأن ثلثاً آخر من إجمالي الشركات يعتزم اعتماد هذا النموذج عام 2021. أما نموذج الحوسبة السحابية العامة «البرمجيات كخدمة»، فتستخدمه نحو 88% من الشركات في الكويت، ما يجعله نموذج الاستخدام المفضل لتنفيذ البرمجيات الجديدة وتحديث التطبيقات.

### الشركات التي تستخدم خدمات الحوسبة السحابية



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: نسبة الشركات التي تستخدم خدمات الحوسبة السحابية حالياً/تخطط لاستخدامها حسب النوع.

## التجارة الرقمية

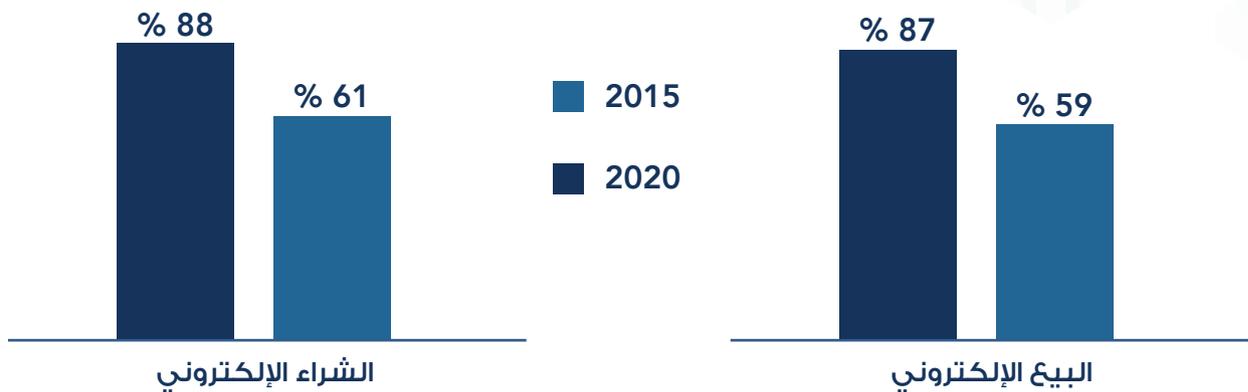
سُرعت جائحة كوفيد 19 التحولات الرقمية في الكيفية التي تنتج بها المنتجات والخدمات وتقدم وتستهلك؛ فازدادت سرعة التجارة الإلكترونية زيادة هائلة عام 2020، رغم أنها كانت ترتفع باطراد خلال السنوات العشر الأخيرة. وغيرت الجائحة كذلك الطرق التي يتعامل بها العملاء مع الشركات ويتعاونون معها، وأصبحت التجارة الرقمية اليوم جزءاً ضرورياً في كل منشأة تجارية.

ويحلل هذا الجزء من التقرير مستوى تطور وجاهزية التجارة الرقمية في الكويت من خلال دراسة جوانب ثلاثة مختلفة: النفاذ والعمليات والتحديات.

## النفاذ

ارتفع عدد الشركات التي تقوم بالمتاجرة بالسلع والخدمات عبر الإنترنت بشكل كبير على مدار السنوات الخمس الأخيرة، حيث أجرت معظم الشركات (88%) عمليات بيع وشراء إلكترونية عام 2020، بالمقارنة مع ثلثي الشركات عام 2015. وهذا يعزز نتائج دراسة الأفراد في سلوكيات التجارة الإلكترونية حيث أظهرت نتائجه أن 63% من الأفراد قاموا بالشراء عبر لانتترنت خلال عام 2020. وتقبل العديد من الشركات اليوم (81%) الدفع الإلكتروني، ما يظهر التحول السريع للكويت نحو اقتصاد دون نقود ورقية. وتتنخفض نسبة استخدام التجارة الرقمية في الشركات متناهية الصغر التي بها أقل من 10 موظفين، حيث إن 74% منها فقط تجري عمليات بيع إلكترونية و66% منها تجري عمليات شراء إلكترونية.

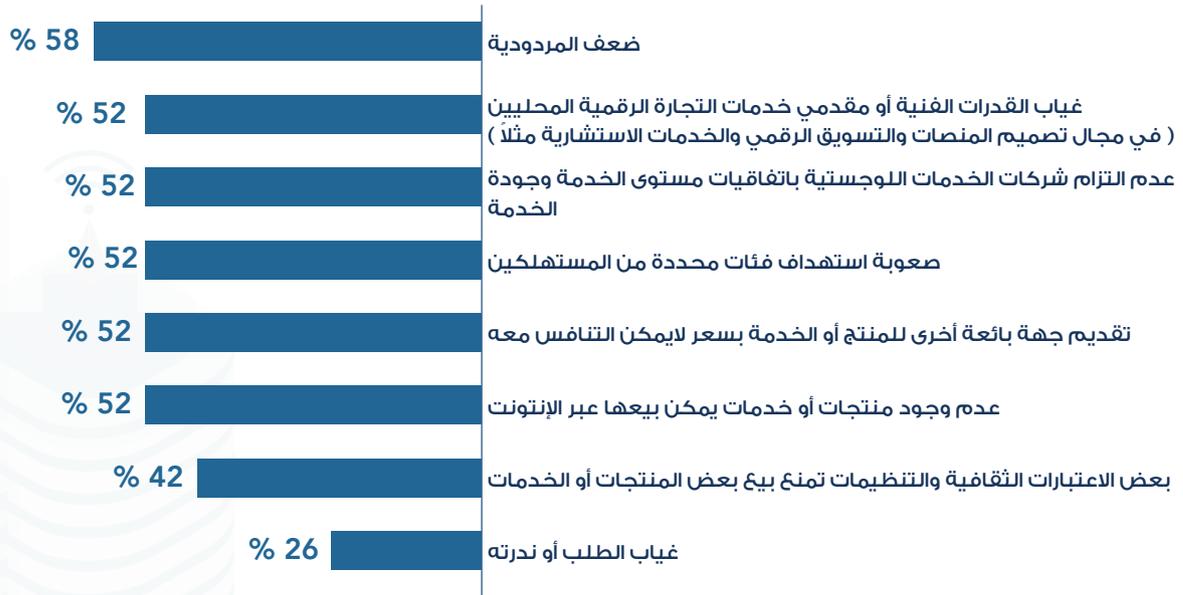
الشركات التي تجري عمليات بيع وشراء عبر الإنترنت



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.

ما تزال نسبة صغيرة من الشركات فقط (13%) لا تبيع منتجاتها إلكترونياً، وذكرت هذه المنشآت العديد من التحديات التي تحول دون قدرتها على إجراء عمليات بيع إلكترونية، منها: ضعف المردودية وقلة القدرات الفنية والصعوبات في سلسلة الإمداد وصعوبة النفاذ إلى شرائح معينة من العملاء والمنافسة وقلة المنتجات أو الخدمات التي يمكن بيعها عبر الإنترنت.

#### أسباب عدم إجراء عمليات البيع الإلكترونية، 2020

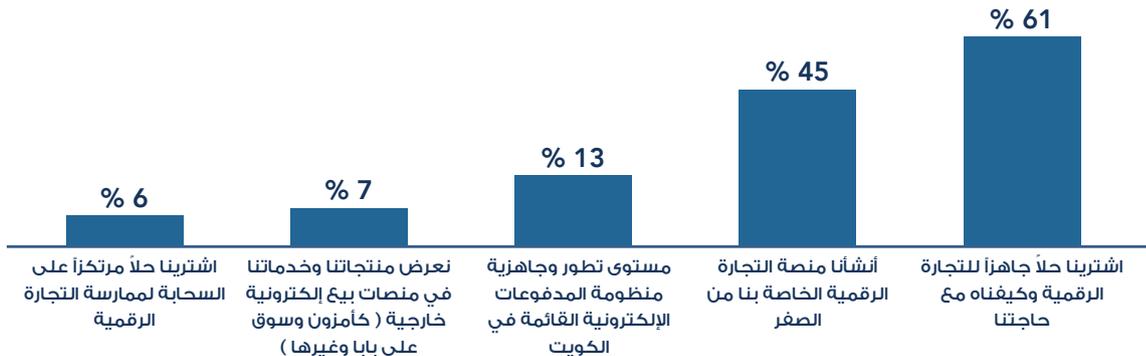


المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.  
ملحوظة: النسبة من الشركات التي لا تبيع منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت

#### العمليات

تبيع العديد من الشركات المنتجات والخدمات عبر منصات مخصصة للتجارة الإلكترونية، بعد اقتنى معظمها (61%) حلولاً جاهزة، بينما طور أقل من نصفها (45%) منصات مخصصة من الصفر، ولا تبيع إلا نسبة صغيرة من الشركات منتجاتها وخدماتها عبر منصات خارجية كأمازون.

#### تطوير الشركات لمنصات التجارة الرقمية 2020

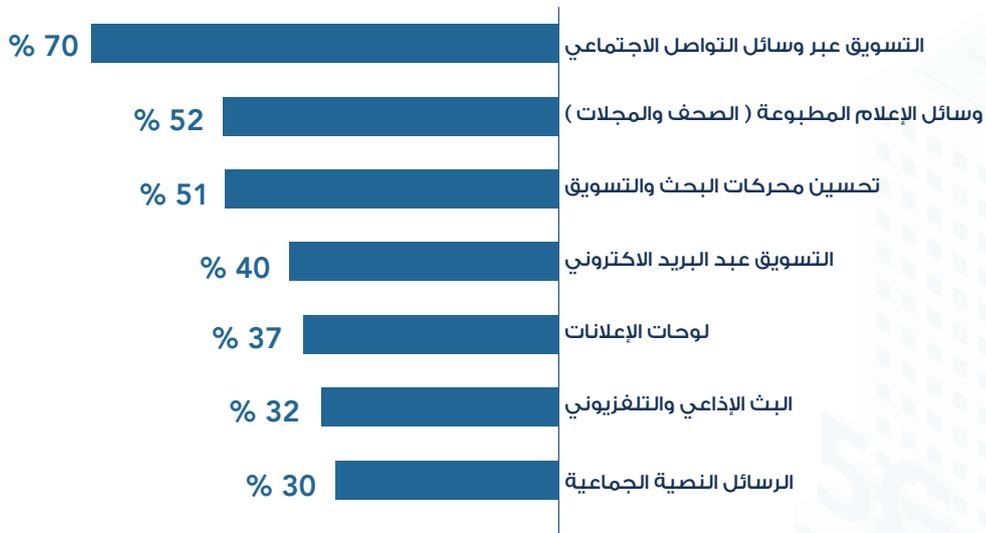


المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020. ملحوظة: النسبة من الشركات التي تتلقى طلبات السلع والخدمات عبر الإنترنت

تستخدم الشركات في الكويت وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الترويج لمنتجاتها وخدماتها والتسويق لها أكثر من أي منصة أخرى، ويستعمل أكثر من ثلثي الشركات في الدولة منصات وسائل التواصل الاجتماعي لهذه الأغراض، وتأتي في المرتبة الثانية بعدها وسائل الإعلام المطبوعة التي تعد أكثر الوسائل شهرة لنشر الإعلانات.

ويستخدم أكثر من نصف إجمالي الشركات تقنية رقمية تعزز البحث الإلكتروني من أجل الترويج للمنتجات والخدمات، ويستخدم ثلث المؤسسات أساليب تقليدية كاللوحات الإعلانية ووسائل الإعلام الإذاعية، وتلجأ لهذه الأخيرة، التي غالباً ما تكون ذات تكلفة عالية، معظم المؤسسات الكبيرة التي بها أكثر من 250 موظفًا.

#### الوسائل المستخدمة للترويج/الإعلان، 2020



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020.  
ملحوظة: النسبة من الشركات التي تتلقى طلبات السلع والخدمات عبر الإنترنت

## التحديات

أشار ثلثا الشركات في الكويت إلى احتياجهم لمزيد من الدعم الحكومي لتمكين تبني التجارة الرقمية بشكل أكبر، وذكرت منشآت الأعمال التجارية الزراعية والمؤسسات المالية وشركات الخدمات الشخصية والمهنية هذا التحدي أكثر من غيرها من المؤسسات العاملة في قطاعات أخرى.

وشملت التحديات المنهجية التي ذكرتها الشركات كلاً من المنافسة الشرسة وغياب اللوائح التنظيمية وقلة الدعم المقدم للشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية. وأشار نحو نصف الشركات التي شاركت في الاستبيان إلى أن قلة المهارات في السوق

المحلية هي واحدة من التحديات الكبرى. وأشار إلى مشكلة قلة المهارات من طرف الشركات العاملة في سلسلة القيمة التجارية، كشركات التصنيع والتجارة بالجملة وبالتجزئة وشركات الخدمات اللوجستية والنقل.

### تحديات التجارة الرقمية، 2020



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020

وعدّ غياب استراتيجية وطنية من أكبر مثبطات نمو قطاع التجارة الرقمية في الكويت؛ إذ ترى الشركات في الكويت أنه لا يوجد دعم حكومي مناسب لتعزيز التجارة الإلكترونية الخاصة بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة، ويعد ضعف منظومة الدفع وتنظيم حماية المستهلك من المشكلات المهمة كذلك.

### عيوب منظومة التجارة الرقمية، 2020



المصدر: استبيان الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات الخاص بالشركات، لعام 2020

## الخاتمة والتوصيات

أدت جائحة كوفيد-19 إلى إيقاف العديد من مظاهر الحياة، حتى صار من الممكن الإشارة إلى الطرق الجديدة للعمل والعيش والتنقل التي تسببت الأزمة في ظهورها «بالواقع الجديد»؛ فنتيجةً للجائحة، أصبحت معظم المنتجات والخدمات حاليًا إما مرتكزة على نموذج تقديم رقمي أو معززة رقميًا. وارتفعت نسبة استخدام طرق التعامل التجاري دون نقود ودون الحاجة إلى استخدام الرمز السري للبطاقة البنكية، حتى صار من المتوقع أن تصبح المعيار السائد خلال هذا العقد. وبالنظر إلى مختلف مهام العمل والتعلم من المنزل التي يشهدها العالم حاليًا، أصبح الواقع الجديد يفرض الدمج بين العالمين الرقمي والمادي. وتأثرت سلسلة الإمداد التي تعد حجر الأساس في كل اقتصاد تأثرًا كبيرًا بسبب الجائحة، وانتقلت الأهداف الوطنية الآن إلى بناء سلاسل إمداد مرنة، مع اعتبار تحقيق الاستخدام الأمثل والظهور نقاط التركيز الرئيسية فيها.

ولتحقيق الازدهار في العالم الجديد، يجب على الشركات أن تتحول إلى شركات رقمية، وهو ما جعل التحول الرقمي أولوية تنظيمية أساسية خلال السنوات العشر الأخيرة، حتى أحرزت الشركات في الكويت تقدمًا ملحوظًا في الاستعداد للعصر الرقمي. واليوم، تستخدم كل الشركات في الكويت — مهما كان حجمها أو القطاع الذي تشتغل فيه — الحواسيب (المكتبية والمحمولة والأجهزة اللوحية) والإنترنت في عملياتها، حتى تضاعف استخدام الإنترنت والحاسوب من طرف الموظفين بأكثر من مرتين في السنوات الخمس الأخيرة، ليصبح نحو ثلثي الموظفين يستخدمون الآن الأجهزة الإلكترونية مرة واحدة في الأسبوع على الأقل. ويشيع استخدام الاتصال الثابت ذي النطاق العريض بالإنترنت في كل الشركات تقريبًا، وتملك معظم المؤسسات اتصالًا متنقلًا ذا نطاق عريض كذلك. وتتقلد الكويت مكانة عالمية رائدة فيما يخص الاتصال بالإنترنت واستخدام أجهزة الحوسبة.

وكان ضمان استمرارية العمل أولوية تنظيمية عليا في بداية الجائحة عام 2020، وتكيفت الشركات في الكويت بسرعة مع الوضع، بتسخير أسس الاتصال واستخدام الأجهزة والمهام الرقمية الموضوعة سابقًا. واليوم، تستخدم معظم الشركات تطبيقات مؤتمرات الفيديو والبرمجيات لإدارة وظائفها الرئيسية ومنح موظفيها إمكانية النفاذ عن بعد للموارد التنظيمية.

وتعد المنصات المرتكزة على الحوسبة السحابية واحدة من الخصائص المحددة للبنية التحتية الرقمية الحديثة، وأبرزت الجائحة أهمية توفير خدمات هندسية فنية مرنة وقابلة للتطوير، لأن سرعة الاستجابة أصبحت أهم خصائص المؤسسات القادرة على التكيف، وازداد اعتماد الشركات في الكويت للحوسبة السحابية الخاصة



والعامية بشكل كبير خلال السنوات الخمس الأخيرة، إذ ارتفع استخدام المؤسسات للحوسبة السحابية الخاصة من نسبة ضئيلة تعادل 4% عام 2015 إلى 40% عام 2020. ويعد النموذج السحابي العام «البرمجيات كخدمة»، والذي تستخدمه معظم الشركات اليوم (88%)، نموذج النشر المفضل لتنفيذ البرمجيات الجديدة وتحديث التطبيقات.

وتجلت أهم التطورات الناتجة عن جائحة كوفيد 19 في زيادة نسبة التجارة الرقمية؛ فقد غيرت الجائحة بشكل كبير الطريقة التي تنتج بها المنتجات والخدمات وتقدم وتستهلك. وتوفر معظم الشركات في الكويت اليوم خدمات العملاء وتتعامل مع المؤسسات الحكومية والمالية عبر الإنترنت، وتزايد عدد المؤسسات التي لها حضور إلكتروني بشكل كبير كذلك خلال السنوات الخمس الأخيرة، إذ إن لأكثر من ثلثي الشركات موقع إلكتروني على الإنترنت. ولا يزال هناك مجال للتحسين في هذا الصدد، حيث إن عدد المؤسسات التي لها حضور إلكتروني أقل بقليل من المتوسط في الاتحاد الأوروبي، وأقل بكثير من الدول الرائدة كفنلندا والدنمارك واليابان.

وارتفع عدد المؤسسات التي تستخدم الإنترنت لبيع المنتجات والخدمات وشراؤها بشكل ملحوظ على مدار السنوات الخمس الأخيرة، حيث أصبحت معظم الشركات (88%) تدعم عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت. ويعد ضعف الدعم الحكومي المنظم، فيما يخص التنظيم والمهارات والاستراتيجيات الوطنية، أكبر تحد أمام نمو التجارة الرقمية في الكويت.

ويحظى التطور الرقمي في الشركات بأهمية كبيرة في الكويت، في ظل سعيها إلى التحول الرقمي على المستوى الوطني؛ إذ يركز الاقتصاد الرقمي على الشركات الرقمية المدعومة بالبيانات والمقدمة لتجارب مخصصة مستمرة للعملاء، والتي لها قوى عاملة رقمية لا تشغل من مقر عمل محدد. وعليه، يتعين على الدولة دعم تطور الاقتصاد الرقمي بوضع سياسات استشرافية وإقامة بنية تحتية رقمية وطنية قوية، ويجب أن تركز هذه الجهود على مجالات رئيسية خمسة :

**شبكات التواصل :** يجب أن تدعم البنية التحتية الرقمية خلال العقد القادم إنشاء دولة رقمية بالكامل، ينجز فيها المستهلكون والمؤسسات عملياتهم بأكملها رقمياً. ويجب أن تدعم هذه البنية التحتية ملايين الأشياء المتصلة في الدولة، والتي تستهلك كميات هائلة من البيانات، وأن تشكل شبكات الاتصال الثابت ذي النطاق العريض والاتصال المتنقل ذي النطاق العريض، التي تضم تقنيات الجيل الخامس، ركيزة هذه البنية التحتية. وستكون الاستثمارات المستمرة في هذه الشبكات، إلى جانب الجهود التنظيمية الرامية إلى الحفاظ على مستوى ميسور من التكلفة ومستوى مرتفع من الاتصال لصالح سكان الدولة بأكملها، مهمة جداً لنمو الاقتصاد الرقمي.

**التقنية الرقمية الناشئة : سيُحدّد مسنوى جاهزية الشركات في العصر الرقمي من خلال الاستخدام المبتكر للتقنية الرقمية الناشئة، كالذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات الضخمة وإنترنت الأشياء والواقع الافتراضي/المعزز، وتقنية البلوكتشين، وستكون السحابة نموذج الاستخدام المفضل لتنفيذ هذه التقنية الرقمية، ما يحتم تقديم الدعم لإعتماد هذه التقنية الرقمية بين الشركات من خلال وضع خطط وطنية و سياسات ذات صلة.**

**الأمن والثقة :** تعرض التحول الرقمي الهائل والمفاجئ الناتج عن الجائحة المؤسسات لمخاطر أمنية كبيرة؛ فقد تزايدت الجرائم السيبرانية وتضاعفت مشكلات الخصوصية. ولدعم النمو الرقمي وبناء ثقة المستهلك في المؤسسات، يتعين وجود منظومة ثقة تنظمها قوانين الخصوصية الحديثة ومنصات الدفع الإلكتروني القوية. لائحة حماية خصوصية البيانات والتي اصدرتها الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات في ابريل ٢٠٢١ تعتبر خطوة صائبة في الاتجاه الصحيح. تشمل اللائحة عدة عوامل مرتبطة بخصوصية البيانات مثل تصنيف البيانات، الشفافية والموافقة على كيفية جمع البيانات والحصول عليها، كيفية تخزينها، والعمل بها، وشروط استخدامها ومشاركتها الأطراف الأخرى، بالإضافة الى عدة عوامل أخرى تخص أمن البيانات لدى الشركات.

**الابتكار والشركات الناشئة:** يعد تواجد الشركات الرقمية خاصة مميزة لكل الاقتصادات الرقمية، حيث يمكن للشركات الناشئة الابتكارية التي تنمو بسرعة أن تؤثر على الاقتصاد بأكمله، وتزدهر الشركات الناشئة في بيئة تدعم الابتكار وريادة الأعمال، وتتميز هذه البيئة بحضور موات للآليات التي تعزز سهولة ممارسة الأعمال التجارية، ويجب أن تشمل هذه الآليات قوانين ملكية فكرية قوية وسهولة توفير التمويل ورأس المال الجريء وسهولة النفاذ إلى الفضاءات والحصول على الموارد المادية.

**تنمية المهارات :** تنظر الشركات إلى قلة المهارات على أنها من معوقات النمو، ولهذا، يتعين دعم نمو الاقتصاد الرقمي من خلال تنفيذ برامج لتنمية المهارات في المدارس والجامعات، وبناء منظومة للتدريب والابتكار بإقامة ورش عمل وفعاليات وإنشاء مراكز للتميز.



**CITRA**

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY

# COVER BACK SIDE





# CITRA

الهيئة العامة للاتصالات وتقنية المعلومات  
COMMUNICATION & INFORMATION TECHNOLOGY REGULATORY AUTHORITY

[WWW.CITRA.GOV.KW](http://WWW.CITRA.GOV.KW)