

مذكرة إيضاحية

قطاع تنمية الاتصالات التابع للاتحاد الدولي للاتصالات (ITU-D)

جنيف، 4 يونيو 2018

الموضوع: مؤشرات جديدة بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما يتعلق بنفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستعمالها، 2018

تتضمن هذه الوثيقة تعاريف للمؤشرات التي وضعها الاتحاد الدولي للاتصالات استناداً إلى البيانات المستمدة من مصادر الاستقصاءات الوطنية بشأن الأسر والتي وضعت بين عامي 2016 و 2017، بعد نشر دليل قياس نفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستعمالها، 2014. وتتبع هذه الوثيقة مذكرة إيضاحية مماثلة، أُعدت للمؤشرات بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما يتعلق بنفاذ الأسر والأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستعمالها والتي وضعت بين عامي 2014 و 2015.

وتعكس هذه الإضافات النتائج التي خلص إليها فريق الخبراء المعني بمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات الصلة بالأسر (EGH)، على النحو الذي أقرته الندوة العالمية لمؤشرات الاتصالات/تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (WTIS).

وتشير المستجدات في هذه الوثيقة إلى ما يلي:

1 إضافة الهواتف الذكية كفئة فرعية جديدة للمؤشرات التالية:

- HH3: نسبة الأسر التي لديها هاتف؛
- HH10: نسبة الأفراد الذين يستعملون هاتفاً خلويّاً محمولاً؛
- HH18: نسبة الأفراد الذين يمتلكون هاتفاً محمولاً.

2 إضافة المؤشرات الأربعة التالية بشأن التجارة الإلكترونية:

- HH20: نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب نوع السلعة والخدمة المشتراة؛
- HH21: نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب نوع قناة الدفع؛
- HH22: نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب طريقة التسليم؛
- HH23: نسبة الأفراد الذين لم يقوموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب السبب.

1 إضافة الهواتف الذكية كفئة فرعية جديدة

أضيفت الهواتف الذكية كفئة فرعية جديدة للمؤشرات التالية على أن تدرج ضمن عملية جمع البيانات التي يقوم بها الاتحاد، اعتباراً من عام 2018:

- HH3: نسبة الأسر التي لديها هاتف؛
- HH10: نسبة الأفراد الذين يستعملون هاتفاً خلويّاً محمولاً؛
- HH18: نسبة الأفراد الذين يمتلكون هاتفاً محمولاً.

وترد التعاريف المحدثة لهذه المؤشرات في الأطر التالية.

HH3: نسبة الأسر التي لديها هاتف

تعريف
هذه نسبة الأسر التي لديها هاتف. ويشير خط الهاتف الثابت إلى خط الهاتف الذي يوصل جهاز العميل الطرفي (مثل جهاز الهاتف أو الفاكس) مع الشبكة الهاتفية العمومية التبادلية (PSTN) التي لها منفذ خاص على بدالة الهاتف. ويُرادف هذا المصطلح مصطلحات المحطة الرئيسية أو خط البدالة المباشر (DEL) التي يشيع استخدامها في وثائق الاتصالات. ولا يمكن أن يكون مرادفاً لخط النفاذ أو المشترك.

ويشير الهاتف (الخلوي) المتنقل إلى هاتف محمول يشترك في خدمة هاتف متنقل عامة ويستخدم التكنولوجيا الخلوية التي توفر النفاذ إلى الشبكة PSTN. ويشمل ذلك الأنظمة الخلوية التماثلية والرقمية، فضلاً عن أنظمة الاتصالات المتنقلة الدولية-2000 من الجيل الثالث (3G). كما يشمل مستخدمي الاشتراكات المسددة لاحقاً والحسابات المسددة مسبقاً على السواء.

ويشير الهاتف الذكي إلى جهاز يد متنقل يستخدمه الشخص كجهاز مهاتفة أساسي مزود بقدرات ذكية، بما في ذلك الخدمات القائمة على الإنترنت، ويمكنه القيام بالعديد من وظائف الحاسوب، بما في ذلك وجود نظام تشغيل قادر على تنزيل التطبيقات وتشغيلها، إضافةً إلى التطبيقات التي تستحدثها أطراف ثالثة من المطورين. كما يشمل مستخدمي الاشتراكات المسددة لاحقاً والحسابات المسددة مسبقاً على السواء.

إن مؤدّي "الأسرة التي لديها هاتف متنقل (أو ذكي)" هو أن الهاتف المتنقل (أو الذكي) متاح عمومياً ليستخدمه جميع أفراد الأسرة في أي وقت، بغض النظر عما إذا كان يُستخدم في الواقع. ويجوز أن تمتلك الأسرة هذا الهاتف المتنقل (أو الذكي) أو لا تمتلكه، ولكن ينبغي أن يُعتبر من المقتنيات المنزلية. (كما كان الحال تقليدياً بالنسبة للهاتف الثابت).

**توضيحات
وقضايا منهجية**

ويمكن اعتبار الأسرة نافذةً إلى الهاتف المتنقل (أو الذكي) عندما تتمكن من تلقي وإجراء المكالمات من داخل المنزل أو ضمن المحيط القريب منه، (حديقة المنزل، على سبيل المثال).

وينبغي أن تكون المعدات صالحة للعمل في وقت إجراء الاستقصاء.

هذه نسبة الأفراد الذين استخدموا هاتفاً متنقلاً خلال الأشهر الثلاثة الأخيرة.

يشير الهاتف الخلوي المتنقل إلى هاتف محمول يشترك في خدمة هاتف متنقل عامة ويستخدم التكنولوجيا الخلوية التي توفر النفاذ إلى الشبكة الهاتفية العمومية التبديلية (PSTN). ويشمل ذلك الأنظمة الخلوية التماثلية والرقمية، فضلاً عن أنظمة الاتصالات المتنقلة الدولية-2000 من الجيل الثالث (3G). كما يشمل مستخدمي الاشتراكات المسددة لاحقاً والحسابات المسددة مسبقاً على السواء.

ويشير الهاتف الذكي إلى جهاز يد متنقل يستخدمه الشخص كجهاز مهاتفة أساسي مزود بقدرات ذكية، بما في ذلك الخدمات القائمة على الإنترنت، ويمكنه القيام بالعديد من وظائف الحاسوب، بما في ذلك وجود نظام تشغيل قادر على تنزيل التطبيقات وتشغيلها، إضافةً إلى التطبيقات التي تستحدثها أطراف ثالثة من المطورين. كما يشمل مستخدمي الاشتراكات المسددة لاحقاً والحسابات المسددة مسبقاً على السواء.

يشير هذا المؤشر إلى استخدام أفراد الأسرة لهاتف متنقل (أو ذكي) للاتصال (لذلك، ليس فقط كساعة أو للعب الألعاب أو الاستماع إلى الموسيقى).

توضيحات
وقضايا منهجية

واستخدام هاتف متنقل (أو ذكي) لا يعني بالضرورة أن الفرد يملك الهاتف أو يدفع تكاليفه ولكن ينبغي أن يكون الهاتف متاحاً إلى حد معقول من خلال العمل أو صديق أو أحد أفراد الأسرة، ومن إليهم. ويُستبعد من ذلك الاستخدام المعارض بين الحين والآخر كاستعارة هاتف متنقل (أو ذكي) مثلاً لإجراء مكالمة أو استخدام الإنترنت.

والفترة المرجعية المقترحة هي الأشهر الثلاثة الأخيرة. وإذا تختلف ممارسات البلدان، فإن في الحالة المثالية ينبغي أن تنسق الفترات المرجعية بغية الحصول على بيانات قابلة للمقارنة. وقد ترغب البلدان التي تغير فترتها المرجعية بتقسيم الفترة المرجعية بغية الحصول على تسلسلات زمنية قابلة للمقارنة.

هذه نسبة الأفراد الذين يمتلكون هاتفاً محمولاً.

ويعتبر أن فرداً يمتلك هاتفاً محمولاً، إذا كان في حوزته جهاز خلوي محمول وبداخله بطاقة SIM نشطة واحدة على الأقل للاستخدام الشخصي. ويشمل ذلك الأفراد الذين يستخدمون هواتف خلوية محمولة يوفرها لهم أصحاب العمل والتي يمكن أن تُستخدم للأغراض الشخصية (لإجراء مكالمات شخصية أو للنفاذ إلى الإنترنت، إلخ.)، كما يشمل أولئك الذين يمتلكون هواتف محمولة ويستخدمونها لأغراضهم الشخصية ولكنها غير مسجلة بأسمائهم. ولا يشمل ذلك الأفراد الذين توجد في حوزتهم بطاقات SIM نشطة ولكن لا يمتلكون هواتف محمولة.

ويشير الهاتف الذكي إلى جهاز يد متقل يستخدمه الشخص كجهاز مهاتفة أساسي مزود بقدرات ذكية، بما في ذلك الخدمات القائمة على الإنترنت، ويمكنه القيام بالعديد من وظائف الحاسوب، بما في ذلك وجود نظام تشغيل قادر على تنزيل التطبيقات وتشغيلها، إضافةً إلى التطبيقات التي تستحدثها أطراف ثالثة من المطورين.

ويعتبر أن فرداً يمتلك هاتفاً ذكياً، إذا كان في حوزته جهاز هاتف ذكي وبداخله بطاقة SIM نشطة واحدة على الأقل للاستخدام الشخصي. ويشمل ذلك الهواتف الذكية التي يوفرها لهم أصحاب العمل والتي يمكن أن تُستخدم للأغراض الشخصية (لإجراء مكالمات شخصية أو للنفاذ إلى الإنترنت، إلخ.)، كما يشمل أولئك الذين يمتلكون هواتف ذكية ويستخدمونها لأغراضهم الشخصية ولكنها غير مسجلة بأسمائهم. ولا يشمل ذلك الأفراد الذين توجد في حوزتهم بطاقات SIM نشطة ولكن لا يمتلكون هواتف محمولة.

الفترة المرجعية المقترحة هي الأشهر الثلاثة الأخيرة. وإذ تختلف ممارسات البلدان، فإن في الحالة المثالية ينبغي أن تنسق الفترات المرجعية بغية الحصول على بيانات قابلة للمقارنة. وقد ترغب البلدان التي تغير فترتها المرجعية بتقسيم الفترة المرجعية بغية الحصول على تسلسلات زمنية قابلة للمقارنة.

توضيحات
وقضايا منهجية

2 المؤشرات الجديدة بشأن أنشطة التجارة الإلكترونية

أدى النمو السريع للتجارة الإلكترونية وتأثيرها إلى زيادة الحاجة إلى توسيع عملية جمع البيانات بشأن أنشطة التجارة الإلكترونية. وتدرج المؤشرات الأربعة التالية ضمن عملية جمع البيانات التي يقوم بها الاتحاد، اعتباراً من عام 2018:

- أنواع السلع والخدمات المشتراة؛
- أسلوب الدفع؛
- طريقة التسليم؛
- العوائق التي تحول دون الطلب عبر الإنترنت.

وترد التعاريف المحدثة لهذه المؤشرات في الأطر التالية.

نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب نوع السلعة والخدمة المشتراة	HH20
<p>تعريف</p> <p>يقيس هذا المؤشر السلع والخدمات المحددة التي يشتريها الأفراد عبر الإنترنت. ويُعبّر عنه كنسبة للأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت.</p> <p>والإجابات الواردة أدناه تمثل فئات السلع والخدمات المشتراة عبر الإنترنت (يمكن شمول خيارات متعددة):</p> <ul style="list-style-type: none"> • الكتب أو المجلات أو الصحف؛ • الملابس أو الأحذية أو الملابس الرياضية أو الإكسسوارات؛ • معدات الحاسوب أو أجزاء منها (بما في ذلك الأجهزة الطرفية)؛ • الحواسيب أو ألعاب الفيديو؛ • برمجيات الحواسيب (وتشمل التحسينات والتطبيقات غير المجانية؛ باستثناء الألعاب)؛ • مستحضرات التجميل؛ • منتجات مالية (بما في ذلك الأسهم والتأمين)؛ • الأغذية ومواد البقالة والكحوليات والتبغ؛ • السلع المنزلية (مثلاً الأثاث، واللعب، وما إلى ذلك؛ باستثناء المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية)؛ • خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (باستثناء البرمجيات)؛ • الأدوية؛ • الأفلام أو الأفلام القصيرة أو الصور؛ • المنتجات الموسيقية؛ • أجهزة التصوير الفوتوغرافي والاتصالات والمعدات البصرية؛ • البطاقات والحجز للأحداث الترفيهية (الرياضة والمسرح والحفلات الموسيقية وما إلى ذلك)؛ • منتجات السفر (بطاقات السفر والإقامة في الفنادق وتأجير السيارات وخدمات النقل وما إلى ذلك). 	

نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب نوع قناة الدفع	HH21
<p>تعريف</p> <p>يقيس هذا المؤشر قنوات الدفع التي يستخدمها الأفراد عند الشراء عبر الإنترنت. ويُعبّر عنه بنسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت.</p> <p>والإجابات الواردة أدناه تمثل فئات أنواع قنوات الدفع (يمكن شمول خيارات متعددة):</p> <ul style="list-style-type: none"> • الدفع النقدي عند الاستلام؛ • بطاقة ائتمان عبر الإنترنت؛ • بطاقة الخصم المباشر أو التحويل المصرفي الإلكتروني عبر الإنترنت؛ • الحساب المالي المتنقل (حساب موصول برقم الهاتف المحمول)؛ • خدمات الدفع عبر الإنترنت (مثلاً PayPal و Google Checkout)؛ • البطاقات المهداة مسبقاً الدفع أو القسائم المتاحة عبر الإنترنت؛ • النقاط المجمعة من الجوائز أو برنامج استهلاكي (مثلاً من الأميال الجوية)؛ • قنوات دفع أخرى (الشيكاكات المصرفية المرسلة عبر البريد العادي وما إلى ذلك). 	

نسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب طريقة التسليم	HH22
<p>يقيس هذا المؤشر طريقة تسليم السلع أو الخدمات المشتراة عبر الإنترنت. ويُعبّر عنه بنسبة الأفراد الذين قاموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت.</p> <p>والإجابات الواردة أدناه هي فئات أنواع طرائق التسليم (يمكن شمول خيارات متعددة):</p> <ul style="list-style-type: none"> • التسليم مباشرةً إلى المشتري باستخدام خدمات البريد العادية أو غير ذلك من أشكال التسليم؛ • تسليم المشتريات في نقاط البيع أو نقاط تقديم الخدمات؛ • التسليم عبر الإنترنت/التسليم الإلكتروني عن طريق التنزيل من موقع إلكتروني أو من خلال تطبيق أو برمجية أو جهاز آخر (مثلاً عمليات الشراء عبر التطبيقات، أو خدمات البث التدفقي وما إلى ذلك). 	تعريف

نسبة الأفراد الذين لم يقوموا بشراء سلع أو خدمات عبر الإنترنت، حسب السبب	HH23
<p>يقيس هذا المؤشر أسباب عدم شراء الأفراد لسلع أو خدمات عبر الإنترنت. ويُعبّر عنه بنسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت لكنهم لا يشترون سلعاً وخدمات عبرها.</p> <p>والإجابات الواردة أدناه هي فئات أسباب عدم الشراء عبر الإنترنت (يمكن شمول خيارات متعددة):</p> <ul style="list-style-type: none"> • عدم الاهتمام؛ • تفضيل التسوق في المتاجر؛ • الشواغل الأمنية (مثلاً الإفصاح عن تفاصيل بطاقات الخصم المباشر أو الائتمان)؛ • الشواغل المتعلقة بالخصوصية (مثلاً الإفصاح عن تفاصيل شخصية)؛ • الشواغل التقنية (مثلاً بشأن المواقع الإلكترونية أو الدفع أو التسليم)؛ • الشواغل المتعلقة بالثقة (مثلاً بشأن الضمانات، وتلقي المنتجات أو إرجاعها)؛ • انعدام الثقة أو المعرفة أو المهارات. 	تعريف