

# الإنترنت ..... الوسيلة الإعلامية المفضلة

يوليو ٢٠٠٧

بيت.كوم

أكبر موقع للتوظيف في الشرق الأوسط

YouGov®  
S I R A J

## موجز تنفيذي

- ملاحظة: تم إجراء هذا الاستطلاع مع عملاء Bayt.com الذين يستخدمون الانترنت وهو لا يمثل آراء عامة الناس.
- يشمل استخدام الانترنت نطاقات متعددة.
- ٣٥ بالمئة من سكان الشرق الأوسط وشمال افريقيا يعتبرون أنفسهم خبراء فيما يخص معرفتهم واستخدامهم للانترنت.
- ٤٧ بالمئة من المستطلعين يستخدمون الانترنت لمدة أكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- الانترنت هو مصدر مهم للمعلومات والبحث قبل اتخاذ قرار شراء المنتج أو العلامة التجارية حيث احتل الانترنت مرتبة أعلى من الصحف. ٧٦ بالمئة من المستطلعين بحثوا عن معلومات أكثر حول الخدمة أو المنتج في الانترنت بعد مشاهدة إعلانه في وسائل إعلامية أخرى.
- اشترى ٣٩ بالمئة من المستطلعين منتجات بعد مشاهدة إعلاناتها الالكترونية خلال الـ ١٢ شهر الماضي - النسبة هذه ارتفعت بين عرب دول مجلس التعاون الخليجي (٤٩ بالمئة).
- الاعلان الالكتروني للمنتجات الجديدة سوف يلقي جأوبا جيدا بشكل عام من قبل ٤٥ بالمئة من المستطلعين.
- من الصعب قياس الفائدة الكاملة للإعلان الالكتروني لما له من تأثير على سلوك المتجر. ٦٤ بالمئة من المستطلعين قالوا أنهم غالبا ما شاهدوا إعلانا الكترونيا لمنتج معين ومن ثم شاهدوه في المتجر.
- يلعب الانترنت دورا مؤثرا في إدراك وفهم وشراء العلامة التجارية.
- ٨١ بالمئة من المستطلعين يفضلون علامات تجارية معينة بفضل الانترنت.
- ٨٣ بالمئة من المستطلعين تعرفوا على علامات تجارية جديدة و ٦٨ بالمئة منهم اشترت تلك العلامات التجارية لاحقا بعد أن شاهدوا تلك العلامات التجارية لأول مرة عبر الانترنت.
- ٣١ بالمئة فقط من المستطلعين اشترت منتجات عبر الانترنت مما يعزز مرة أخرى حقيقة أن الانترنت يؤثر بشكل غير مباشر على سلوك الشراء من المتاجر.
- أثر استخدام الانترنت على ٥٩ بالمئة من المستطلعين فيما يخص تغيير العلامات التجارية المفضلة.
- ٣٩ بالمئة من المستطلعين قاموا بشراء منتجات عبر الانترنت. علما بأن الشراء عبر الانترنت شائع بشكل أكبر في دول مجلس التعاون الخليجي والمجموعات ذوي الدخل العالي.
- معظم المنتجات التي تم شراؤها عبر الانترنت خلال الـ ١٢ شهر الماضي تركزت بشكل أساسي على السفر والبرامج الالكترونية والكتب والالكترونيات.
- معظم الخدمات الالكترونية المستخدمة تمحورت حول السفر. طلب الوظائف/التوظيف و دفع الفواتير الاستهلاكية.
- ١٤ بالمئة فقط من المستطلعين كانوا غير راضين عن التعاملات الالكترونية التي قاموا بها عبر الانترنت.
- ٥٠ بالمئة من المستطلعين أبدوا اهتماما بإجراء عملية شراء عبر الانترنت في المستقبل.
- أحجم بعض المستخدمين للانترنت عن القيام بعمليات الشراء الالكترونية لواحدة أو أكثر من الأسباب التالية ذكرها:
- الرغبة في رؤية المنتج بشكل مباشر
- عوامل الأمان والثقة بالموقع الشبكي
- عدم امتلاك بطاقة ائتمان
- بناء على ما تقدم، فكرة شراء منتج لا يحتاج الى المعاينة المباشرة من موقع شبكي موثوق به تلقى استحسان معظم مستخدمي الانترنت.

"إن كل من لا يتكلم اللغة الإنجليزية ولا يستطيع استخدام الانترنت في أيامنا الحالية يعتبر انسانا متخلفا."  
الأمير الوليد بن طلال آل سعود

"ساعدت تقنية المعلومات الجديدة، الانترنت والبريد الالكتروني، على التخلص بشكل عملي من التكاليف المادية لقطاع الاتصالات."  
بيتر دروكر

"سوف تساعد الانترنت على الوصول الى "الرأس مالية المرنة" من خلال خلق بيئة اتصال مباشر بين المشتريين والبائعين وتوفير معلومات أكثر عن الطرفين لكليهما."  
بل غيتس

"قلبت تقنية الانترنت عالم الاقتصاد رأسا على عقب، على سبيل المثال، كل الأشخاص الذين يستعملون الانترنت الآن يرغبون في الحصول على مواد من دون مقابل مادي وذلك بفضل الخدمات المجانية الكثيرة التي يوفرها استعمال الانترنت."  
يوري غيلير

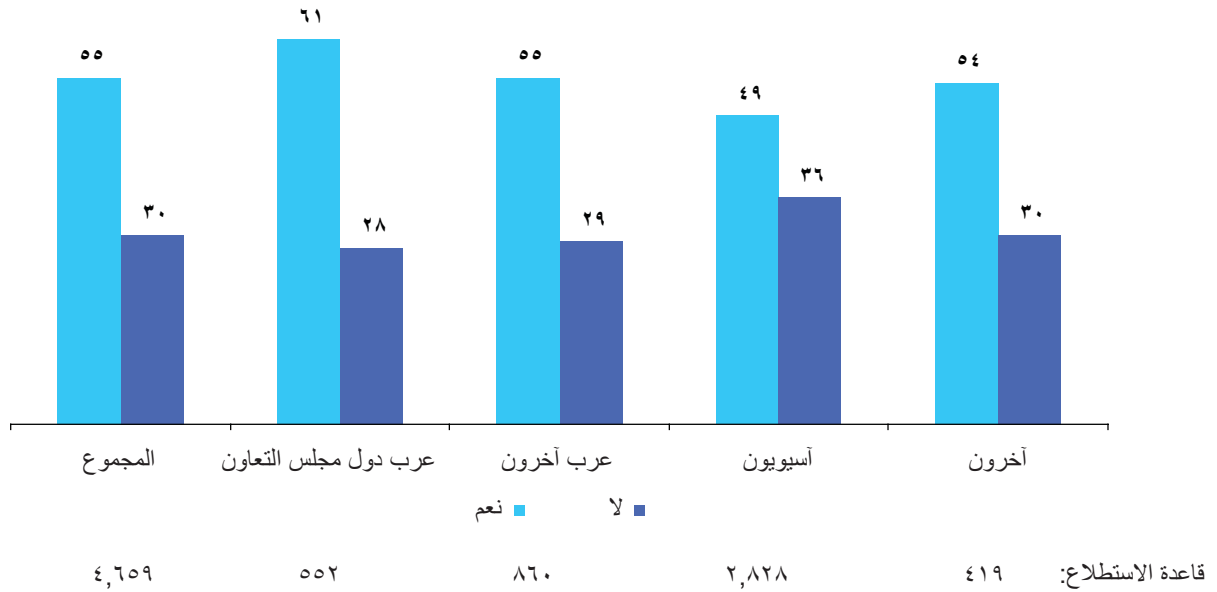
"لعب الانترنت دورا أساسيا في عملية التحوّل التي شهدتها حياتي على مر السنين. قال أحدهم في يوم من الأيام، "إن الانترنت هو الاكتشاف الأضخم منذ جوتينبيرغ". بينما قال شخص آخر "لا، إن الانترنت هو الاكتشاف الأكبر منذ اختراع الكتابة."  
روبرت موردوك

"أنا أوافق بشكل مطلق مع ابني جيمز عندما يقول "إن الانترنت مثل الكهرباء. بينما تضيء الكهرباء كل شيء، يضيء الانترنت نور المعرفة."  
كيرى باكر

## مكان عمل غير قادر على الإستيعاب

أجرى Bayt.com الموقع الإلكتروني الرائد في عالم التوظيف بالتعاون مع شركة بحوث السوق البارزة YouGovSiraj استطلاعاً للرأي ركز في موضوعه على التجارة الإلكترونية والثقة الإلكترونية، حيث خلصت نتائجه إلى أن معظم الأشخاص الذين يستعملون الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يعتبرون أنفسهم مستخدمين ناشطين لمواقع مثل المنتديات، المواقع الشبكية الاجتماعية، مجموعات الدردشة الإلكترونية، الهيئات الاجتماعية الإلكترونية... الخ.

المستخدمون الناشطون للمنتديات والمواقع الاجتماعية الإلكترونية... الخ



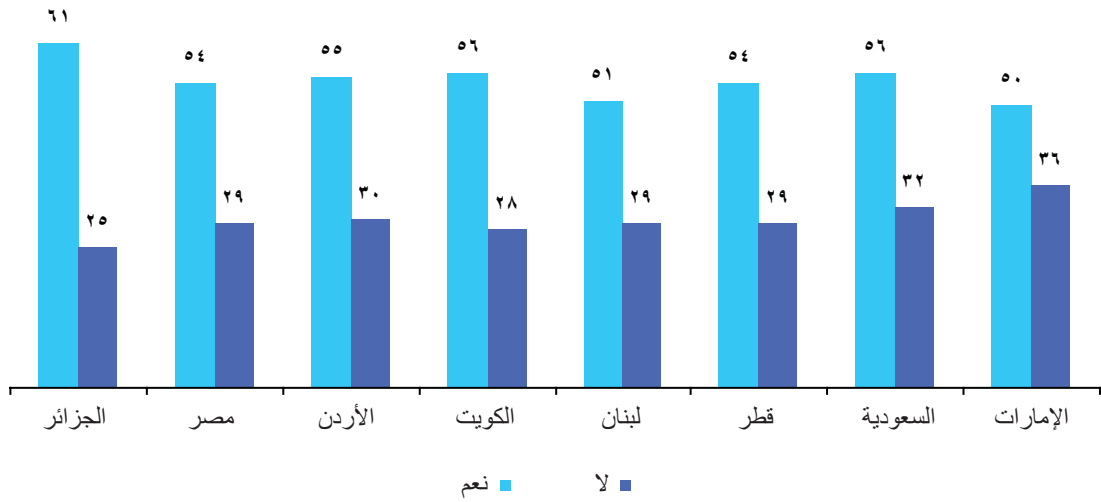
شمل استطلاع الرأي الإلكتروني أكثر من ٤,٦٠٠ مستهلك لموقع Bayt.com، ذكور وإناث، عبر دول مجلس التعاون، شرق وشمال أفريقيا حيث تركزت الأسئلة حول:

- موقفهم الشخصي حول الانترنت
- السلوك الإلكتروني
- تأثير الانترنت على عادات وسلوك التسوق

وتعتبر نتائج هذا الاستطلاع خطوة رائدة نحو الفهم السليم لاستخدامات وسلوكيات الانترنت ومدى الإدراك لأهمية الانترنت في المنطقة.

برزت الجزائر كمستخدم بارز للمنتديات والمواقع الاجتماعية الإلكترونية مقارنة مع غيرها من الدول. وكان مستوى هذا الاستخدام مرتفع من قبل التلاميذ (٦٩٪) بالمقارنة مع غيرهم من الأوضاع المهنية والعملية.

#### المستخدمون الناشطون للمنتديات والمواقع الاجتماعية الإلكترونية...الخ

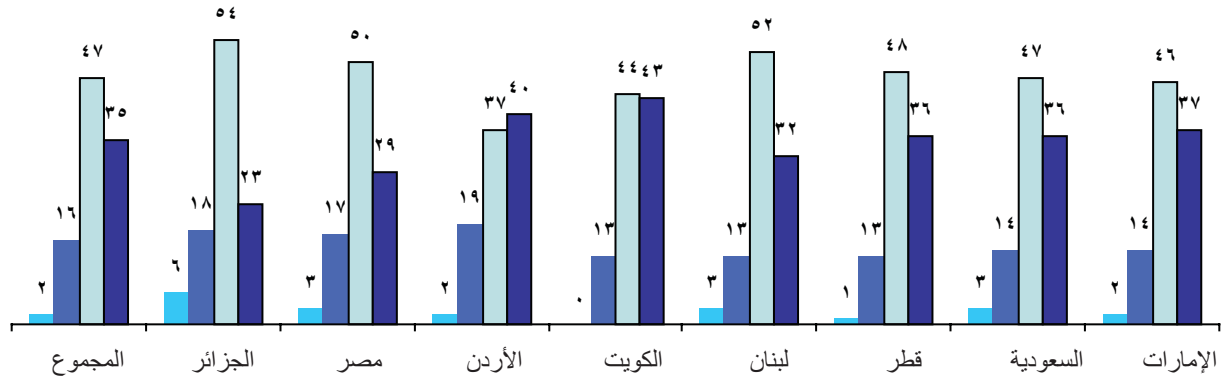


قاعدة الاستطلاع: ٨٣٧ ١,٠٤٥ \*١٣٩\* ١٦٨ ٤١١ \*١٤٢ ٨٢٦ ٥١٥

ملاحظة: عينات الاستطلاع التي تقل عن ٢٠٠ مستطلع تحمل إمكانية أكبر للخطأ الإحصائي.

أظهر استطلاع الرأي أن عرب دول مجلس التعاون أكثر نشاطاً من جنسيات أخرى في استخدام الإنترنت وفي التسوق الإلكتروني. يعتبر أكثر من (٣٥٪) من المستطلعين أنفسهم خبراء في ما يخص قدراتهم في استخدام الإنترنت بينما شعر (٤٧٪) أنهم على اطلاع جيد بالإنترنت إلا أنهم يحتاجون إلى المساعدة في بعض الأحيان. هذه النسب تشير إلى مستوى عالي من المعرفة بالإنترنت والراحة في استخدام هذه التقنية. تمتلك الكويت والأردن إدراكاً لقدراتهما في استخدام الإنترنت أكبر من الدول الأخرى.

## تصنيف القدرة على استخدام الإنترنت



■ خبير ■ مدرک لكن يحتاج للمساعدة أحيانا ■ متوسط القدرة ■ مبتدئ

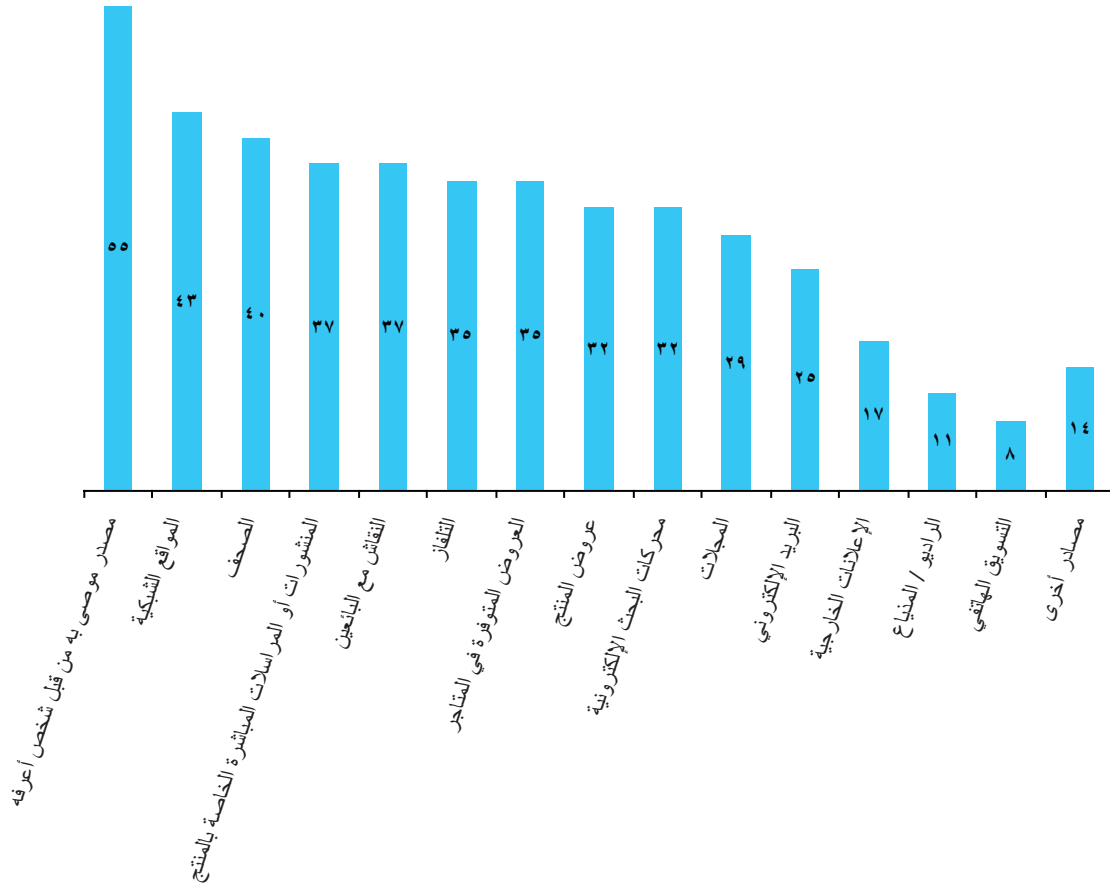
قاعدة الاستطلاع: ١٠٤٥ ٨٣٧ \*١٦٨ \*١٣٩ ٤١١ ٥١٥ ٨٢٦ \*١٤٢ ٤٦٥٩

ملاحظة: عيّنات الاستطلاع التي نقلت عن ٢٠٠ مستطلع تحمل إمكانية أكبر للخطأ الإحصائي.

## المصدر الرئيسي للمعلومات والبحوث

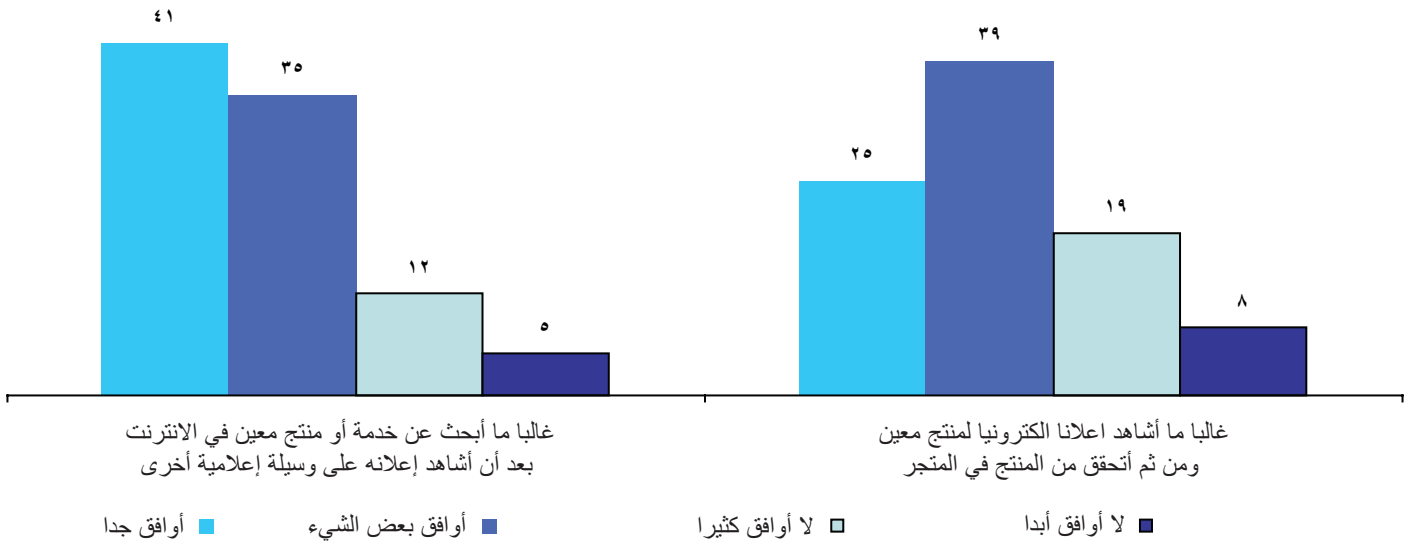
اعتبر أكثر من (55%) من المستطلعين أن الانترنت هو المصدر الأهم للحصول على المعلومات التي من شأنها أن تحدد قرار شراء أي منتج أو علامة تجارية. 43% من المستطلعين بحثوا عن المعلومات في الانترنت بينما تبعتها الصحف بنسبة 40%. وارتفعت نسبة المستخدمين للانترنت كمصدر للبحث عن المعلومات الى نسبة أكبر 50% بين المجموعات التي تمتلك دخلاً مادياً أعلى من الآخرين (مدخول شهري يزيد عن 3000 دولار أمريكي). بالإضافة الى ذلك، تصل نسبة المستخدمين لمحركات البحث الالكترونية الى 32% بينما يستخدم 30% من المستطلعين البريد الالكتروني للغاية نفسها.

مصادر الحصول على المعلومات قبل اتخاذ قرار الشراء



كما حصدت المواقع الشبكية نسبة عالية من آراء المستطلعين (٤٨٪) الذين اعتبروها مصدرا مهما وذو علاقة بالمنتج. وتم اعتبار الإنترنت مصدرا مهما للبحث من قبل ٧٦٪ من المستطلعين الذين أقروا باستخدامهم الإنترنت كوسيلة رئيسية للبحث عن معلومات أكثر حول أي منتج أو خدمة يشاهدون إعلانها على وسائل الاعلام الأخرى. كما تبين من نتائج الاستطلاع أن الاعلانات الالكترونية كان لها تأثير كبير على سلوك المتاجر حيث اتفق ٦٤٪ من المستطلعين على أنهم غالبا ما يشاهدون إعلانا لمنتج ما على الشبكة الالكترونية ومن ثم يتحققون من هذا المنتج في المتجر.

## تأثير الانترنت على عملية الشراء

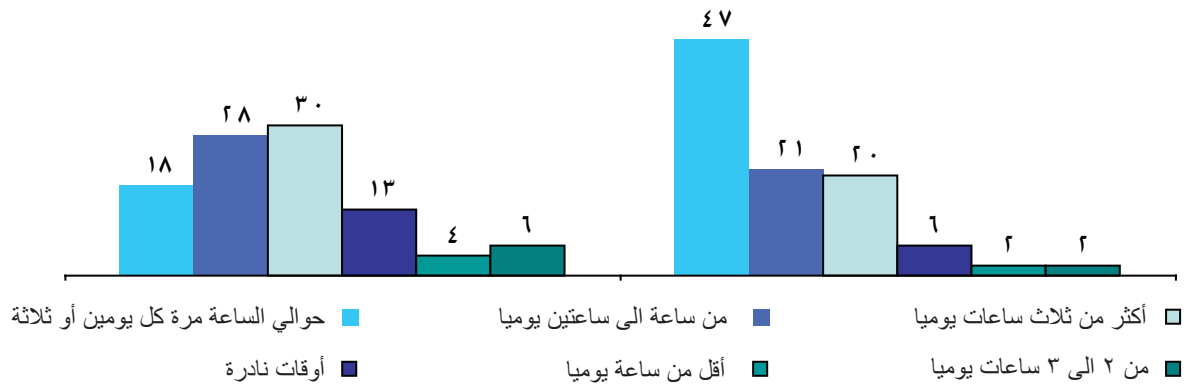




## أعلى نسبة من الوقت المستهلك

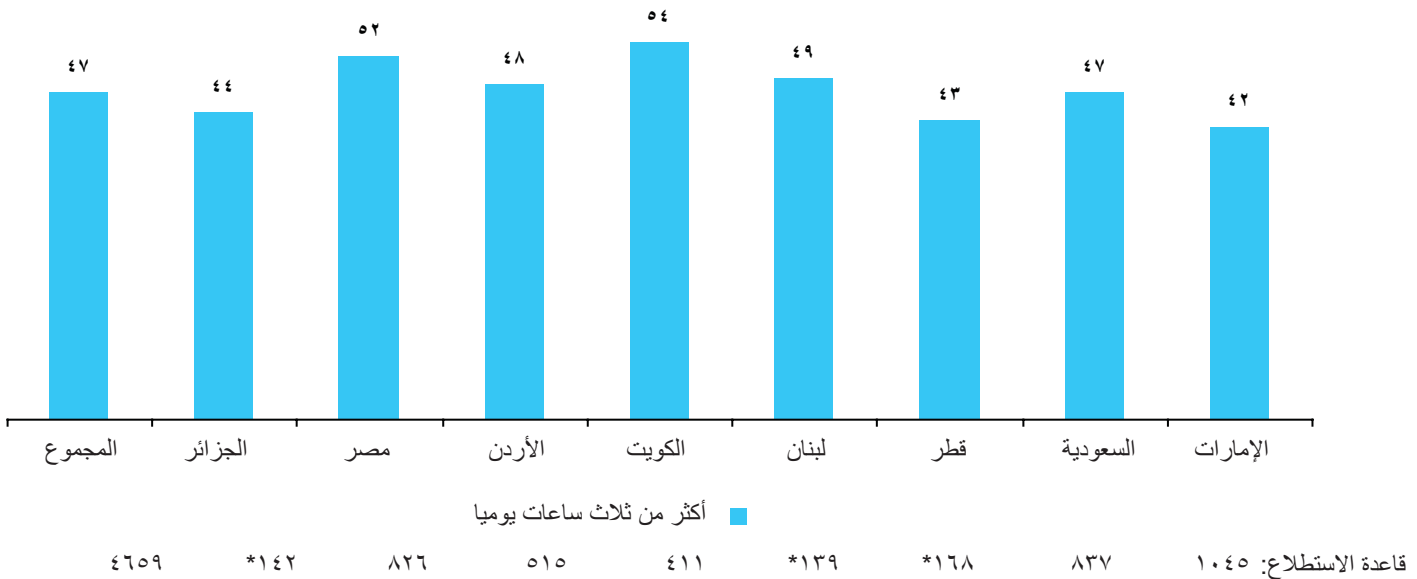
من الواضح أن الانترنت هو الوسيلة الاعلامية التي يستعملها المستخدمون لمدة طويلة من الوقت. وبينما يشاهد ١٨٪ من المستطلعين التلفاز لأكثر من ثلاث ساعات يوميا و٧٦٪ منهم يشاهده لمدة لا تقل عن ساعة يوميا. أظهرت نتائج الاستطلاع أن ٤٧٪ من المستطلعين يستخدمون الانترنت لأكثر من ثلاث ساعات يوميا وأن ٨٨٪ يستخدمون الانترنت لمدة لا تقل عن ساعة يوميا.

كمية الوقت المستهلك على التلفاز مقابل الانترنت



أظهرت نتائج الاستطلاع أن الكويت ومصر تستعملان الانترنت لأوقات أكثر نسبيا من الدول الأخرى حيث يستعمل الانترنت ٥٤٪ و٥٢٪ من المستطلعين على التوالي لمدة ثلاث ساعات على الأقل يوميا. من الجدير هنا التأكيد على أن هذه النتائج تعكس سلوك عملاء موقع Bayt.com الذين يستخدمون الانترنت ولا تمثل آراء عامة الناس.

كمية الوقت المستهلك في استخدام الانترنت

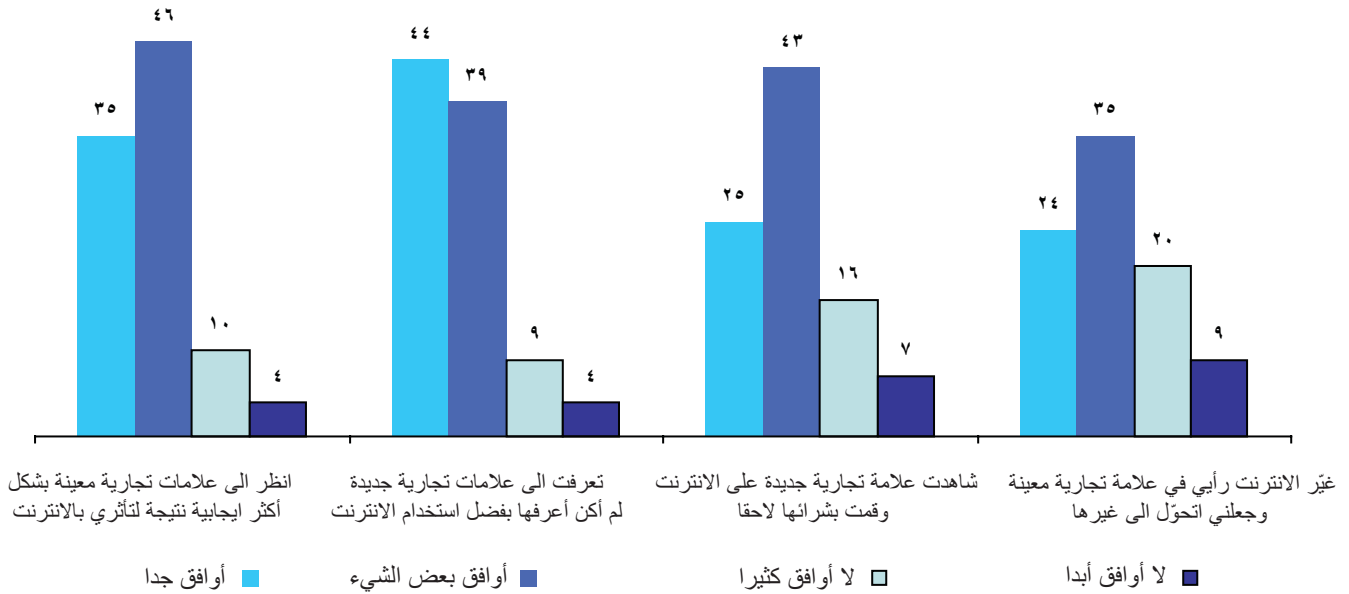


ملاحظة: عيّنت الاستطلاع التي تقل عن ٢٠٠ مستطلع تحمل إمكانية أكبر للخطأ الإحصائي.

## تأثير قوي على سلوك الشراء

بشكل عام، كان هناك شعور ايجابي فيما يخص تأثير الانترنت على سلوك وعادات الشراء والتسوق. اتفقت غالبية المستطلعين ٨١٪ على أن استخدام الانترنت أثر بشكل كبير على خياراتهم لعلامات تجارية معينة. حيث ساعد الانترنت ٨٣٪ من المستطلعين على التعرف على علامات تجارية جديدة قام ٦٨٪ منهم بشراء تلك العلامة. هذه النتيجة تشير الى أن الانترنت يلعب دورا رئيسيا آخر في سلوك الشراء لدى المتاجر. علاوة على ذلك، بينت الدراسة أن ٥٩٪ من المستطلعين قاموا بتغيير علاماتهم التجارية نتيجة لتأثير استخدام الانترنت عليهم.

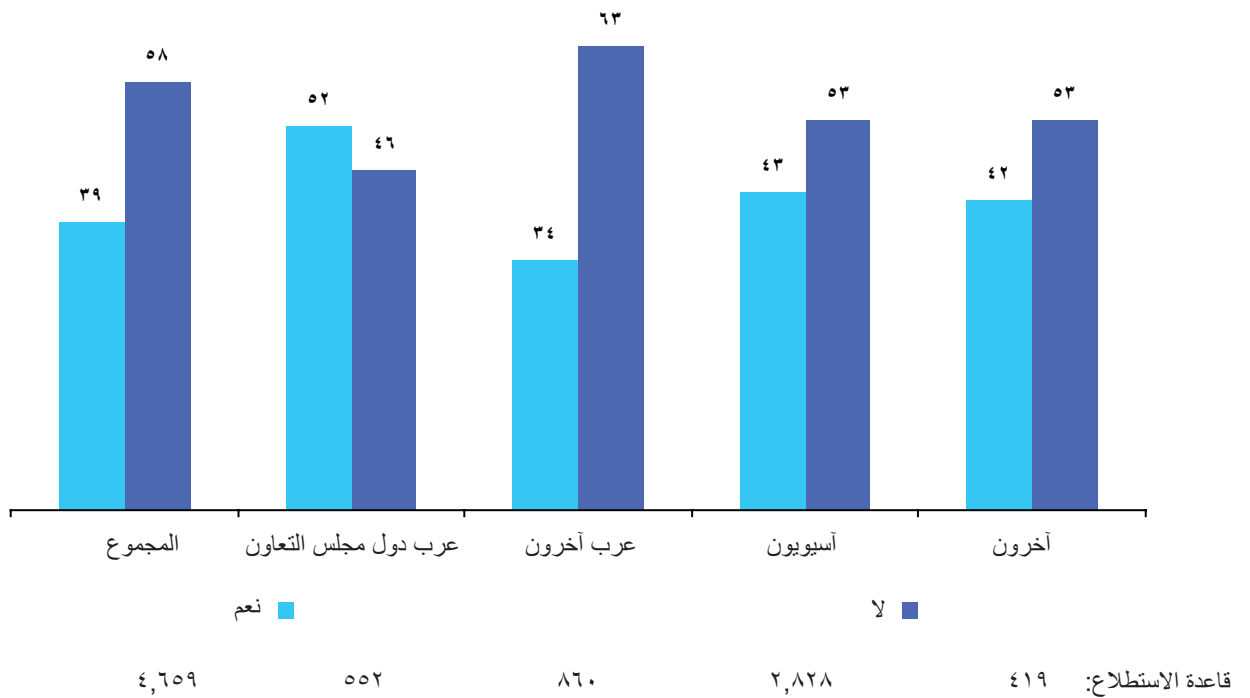
### تأثير الانترنت على سلوك وعادات الشراء



## تأثير قوي على سلوك الشراء

٣٩٪ من المجيبين على الاستطلاع قاموا بعملية شراء عبر الانترنت. وارتفعت هذه النسبة بين عرب دول مجلس التعاون لتصل الى ٥٢٪، بينما المشترون من ذوي الدخل الشهري المرتفع الذي يزيد عن ٥٠٠٠ دولار أمريكي ارتفعت نسبتهم لتصل الى ٦٨٪.

### عمليات الشراء الالكترونية



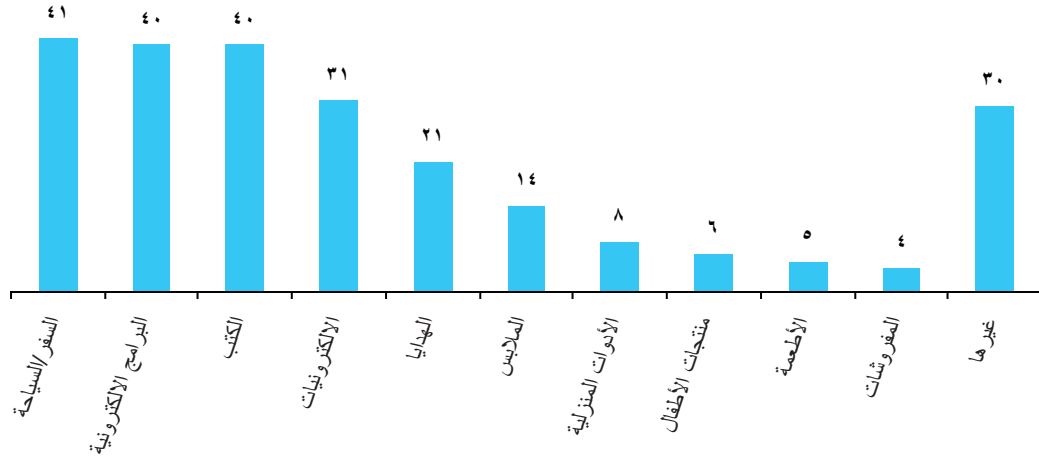
تهيمن دول مجلس التعاون على عمليات الشراء عبر الانترنت: الكويت كانت أكثر الأسواق نشاطا، تليها قطر والإمارات والمملكة السعودية.

### عمليات الشراء الالكترونية



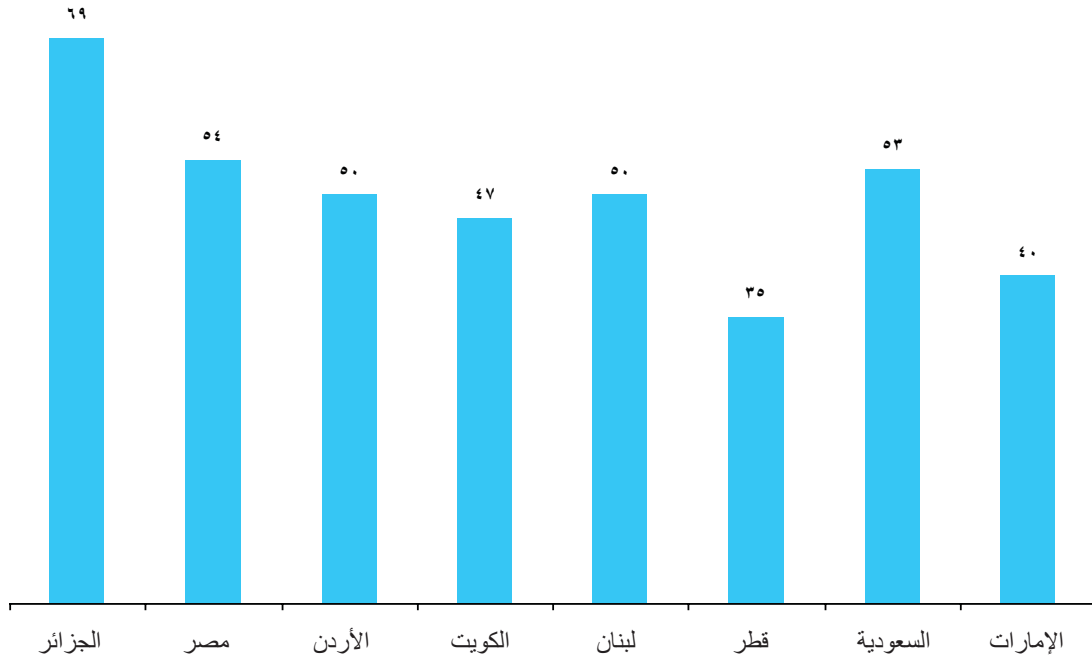
عمليات الشراء الرئيسية التي تمت عبر الانترنت خلال الـ ١٢ شهر الماضية كانت متعلقة بالسفر، البرامج الالكترونية، الكتب، الالكترونية، الكتب والالكترونيات.

المواد التي تم شراؤها عبر الانترنت خلال الـ ١٢ شهر الماضية



نصف المشاركين في الاستطلاع لا يمانعون القيام بعملية شراء عبر الانترنت في المستقبل. الجزائر تمثل الاحتمال الأكبر.

احتمالات الشراء المستقبلية عبر الانترنت



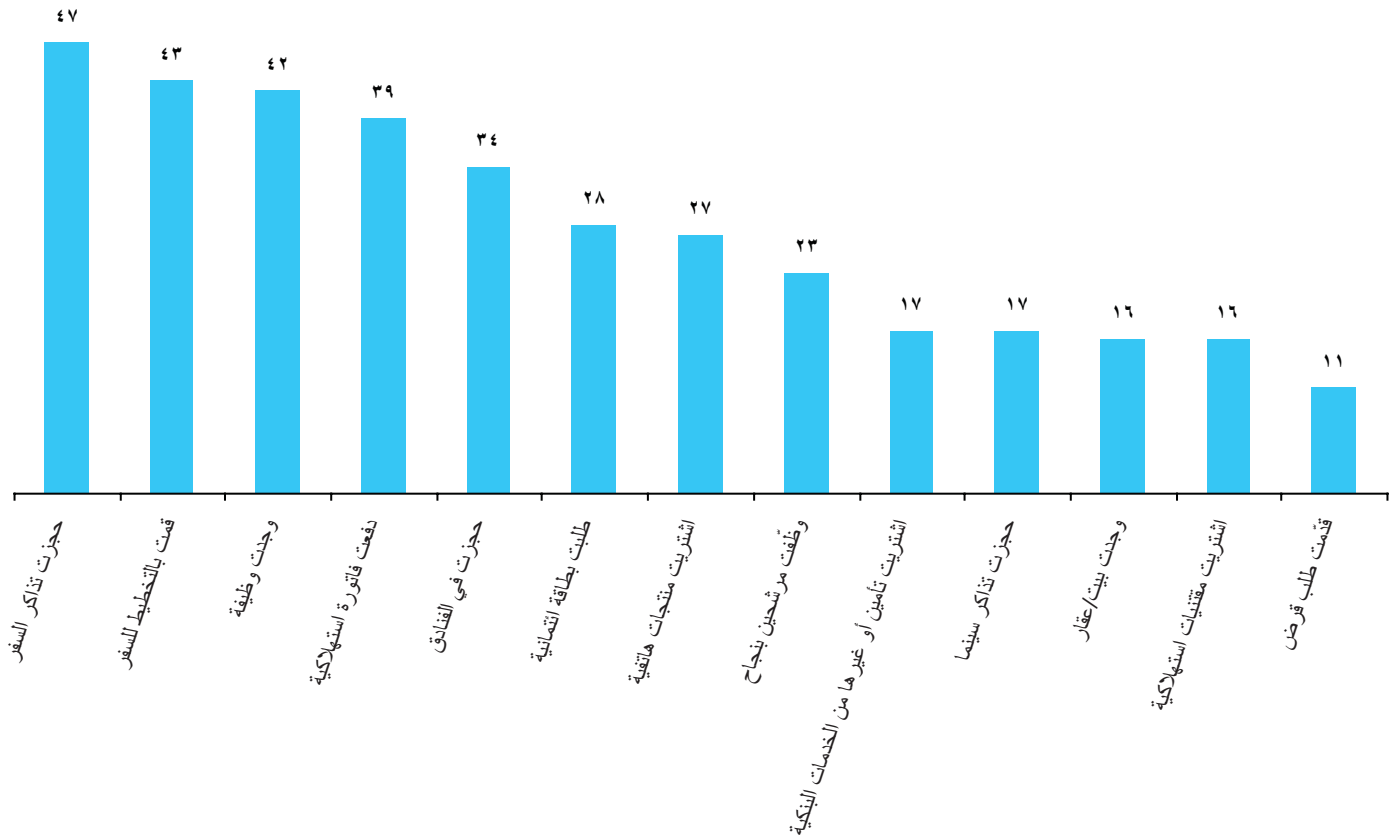
■ نعم  
قاعدة الاستطلاع: ١٠٤٥ الإمارات، ٨٣٧ السعودية، \*١٦٦٨ قطر، \*١٣٩ لبنان، ٤١١ الكويت، ٥١٥ الأردن، ٨٢٦ مصر، \*١٤٢ الجزائر

ملاحظة: عينات الاستطلاع التي نقلت عن ٢٠٠ مستطلع تحمل إمكانية أكبر للخطأ الإحصائي.

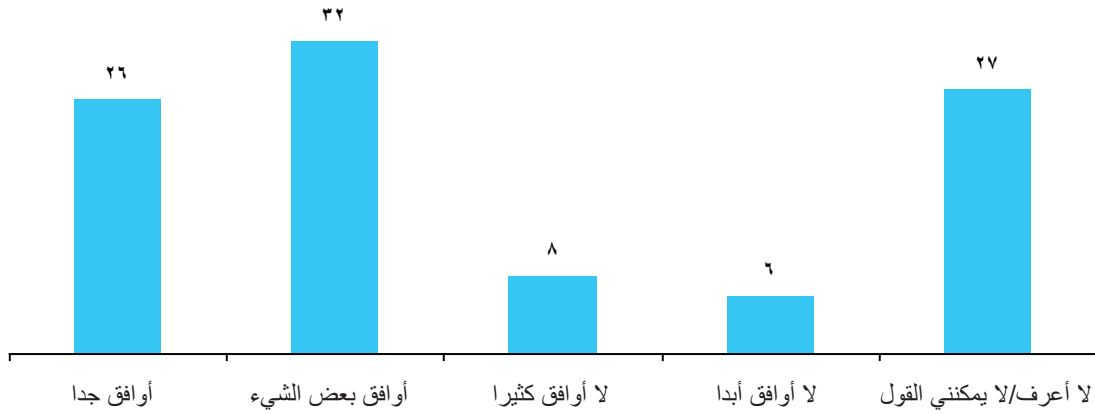
تركزت معظم الخدمات الإلكترونية عبر الإنترنت على قطاعات السفر، البحث عن الوظائف/التوظيف ودفع الفواتير. أظهرت نتائج الاستطلاع اختلافات أساسية قائمة على الجنسية والدولة من أهمها:

- حجز تذاكر السفر: النسبة الأعلى كانت للأسويين (٦٥٪). عرب دول مجلس التعاون (٥٩٪) والكويت (٧٧٪).
- الامارات العربية (٦٤٪) والمملكة السعودية (٦٢٪).
- تنظيم الرحلات السياحية: النسبة الأعلى كانت للأسويين وعرب دول مجلس التعاون (٥١٪) والمملكة السعودية (٤٥٪). قطر (٤٢٪) الكويت (٤١٪).
- التوظيف: النسبة الأعلى كانت للأسويين (٥٤٪) وقطر (٥٢٪). الامارات العربية والكويت (٤٨٪).
- دفع فواتير المستهلك: النسبة الأعلى كانت لعرب دول مجلس التعاون الخليجي (٥٧٪) والأسويين (٥١٪) والمملكة السعودية (٥٩٪). الامارات العربية (٥٠٪) وقطر (٤٨٪).
- حجز الفنادق: النسبة الأعلى كانت لعرب دول مجلس التعاون الخليجي (٤٧٪) والكويت (٥٤٪). قطر (٥٢٪) والمملكة السعودية (٥١٪).
- تذاكر السينما: النسبة الأعلى كانت للأسويين (٢٨٪) والكويت (٣٤٪).

## الخدمات الإلكترونية المستخدمة



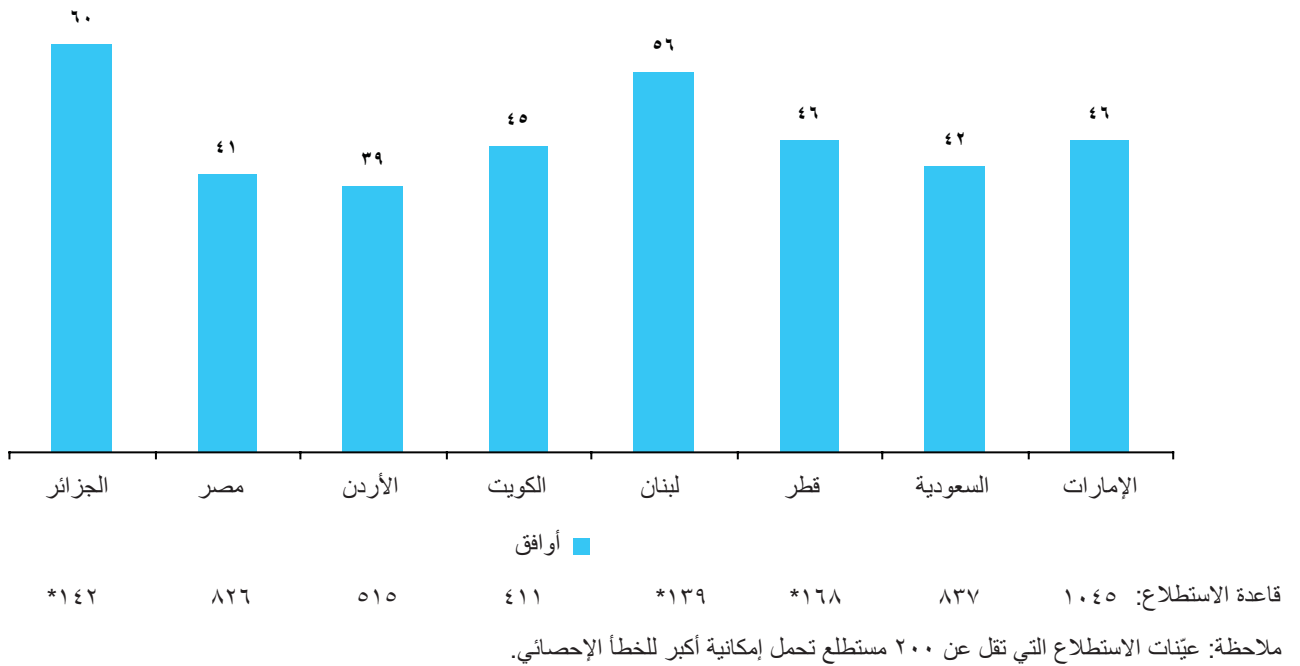
مستوى الرضا عن التعاملات الالكترونية



أظهرت النتائج مستوى عالي من الرضا عن التعاملات الالكترونية عبر الانترنت حيث عبّر ٤٤٪ فقط من المستطلعين عن بعض من عدم الرضا.

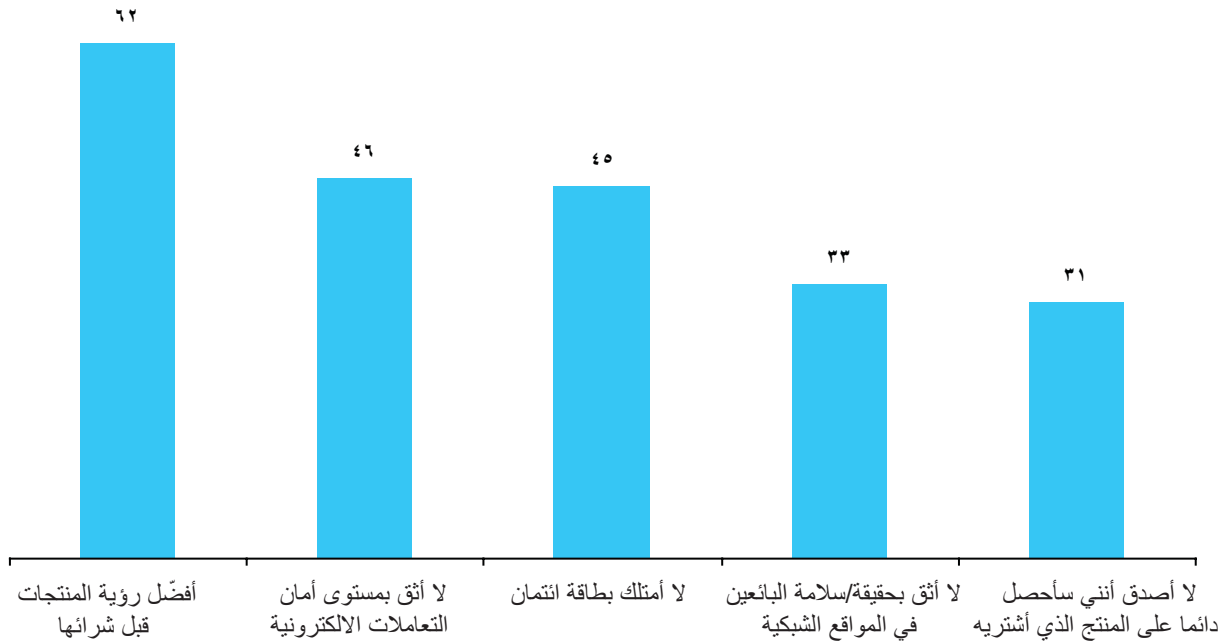
أثرت الاعلانات الالكترونية على مشتريات ٣٩٪ من المجيبين على الاستطلاعات خلال الـ ١٢ شهر الماضي، وارتفعت هذه النسبة الى ٤٩٪ بالنسبة الى عرب دول مجلس التعاون الخليجي. كما عبّر ٤٥٪ من المستطلعين عن شعورهم الفضولي الكبير للضغط على أي إعلان يمكن أن يجذبه جذاباً. أبدى سكان الجزائر ولبنان الجذابا أكثر من غيرهم نحو الاعلانات الالكترونية. كل هذه النتائج تشير الى أن التسوّق والاعلانات الالكترونية تمثلان أسواقاً مهمة جداً.

#### سوف أضغط على أي إعلان مقنع بالنسبة لي



تعود الأسباب الرئيسية لعدم إقدام بعض الأشخاص على الشراء الإلكتروني عبر الانترنت الى الرغبة في رؤية المنتجات بشكل مباشر والى المسائل المتعلقة بالأمن والثقة وعدم توفر بطاقة ائتمان. هذه العوامل تشرح الى حد ما طبيعة الشراء الإلكتروني للأشخاص - باقات السفر، البرامج الإلكترونية والكتب التي لا تحتاج الى التحقق المباشر منها قبل إجراء عملية الشراء. بناء على ما تقدم ذكره، تمتلك الاعلانات الإلكترونية بشكل واضح تأثيراً قوياً على مستوى الإدراك للعلامة التجارية ومن ثم الإقبال على شرائها. لكن إجراء عملية الشراء الإلكتروني عبر الانترنت قد تكون محصورة في منتجات معينة ومواقع الكترونية جديرة بالثقة

## الموانع التي تعيق الشراء الإلكتروني





## Find Jobs

- Jobs in UAE
- Jobs in Bahrain
- Jobs in Egypt
- Jobs in Jordan
- Jobs in Kuwait
- Jobs in Lebanon
- Jobs in Morocco
- Jobs in Qatar
- Jobs in Saudi Arabia
- Jobs in Dubai, UAE

## Quick Links

- Site Map
- Career Services
- Research Reports
- Career Articles and Guides
- City Guides
- Education Center
- Bayt.com Blog
- RSS

## Bayt.com

- About Us
- Contact Us
- Careers
- Press Releases
- Testimonials
- Bayt.com Charity
- Associates Program
- Advertising Info

## إيجاد الوظائف

- البحث عن الوظائف في الإمارات
- البحث عن الوظائف في البحرين
- البحث عن الوظائف في مصر
- البحث عن الوظائف في الأردن
- البحث عن الوظائف في الكويت
- البحث عن الوظائف في لبنان
- البحث عن الوظائف في المغرب
- البحث عن الوظائف في قطر
- البحث عن الوظائف في السعودية
- البحث عن الوظائف: دبي, الإمارات العربية المتحدة

## وصلات سريعة

- خارطة الموقع
- خدمات بيت.كوم المهنية
- التقارير البحثية
- مقالات و إرشادات
- دليل المدن
- مركز التعليم والتدريب
- مدونة بيت.كوم
- RSS

## بيت.كوم

- حول بيت.كوم
- إتصل بنا
- العمل لدى بيت.كوم
- بيان صحفي
- تعليقات المستخدمين
- عمل بيت.كوم الخيري
- برنامج الشركاء
- الإعلان على بيت.كوم