



## هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات

مشروع دراسة استخدامات الإنترنت في المملكة العربية السعودية

القطاع التجاري

التقرير النهائي للسنة الثانية ٢٠٠٨ م

**للتواصل حول نتائج هذه الدراسة :**

ص.ب ٧٥٦٠٦ - الرياض ١١٥٨٨ - المملكة العربية السعودية

هاتف رقم : +٩٦٦ ١ ٤٦١٨٠٠٠

بريد إلكتروني : [InternetStudy\\_feedback@citc.gov.sa](mailto:InternetStudy_feedback@citc.gov.sa)



## فهرس المحتويات

٤	..... الخلفية	١,٠
٦	..... المنهجيه ومواصفات العينة	٢,٠
٧	..... مواصفات العينة	٣,٠
٨	..... النتائج التفصيلية	
٩	..... البنية التحتية والاستثمارات	٤,٠
١١	..... آراء بخصوص الإنترنت	٥,٠
١٢	..... استخدام الإنترنت	٦,٠
١٤	..... الرضا عن خدمات الإنترنت والمخاوف الناتجة عنه	٧,٠
١٥	..... المواقع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية	٨,٠
١٧	..... النتائج	٩,٠
١٨	..... الملخص (الأرقام الرئيسية)	١٠,٠
١٩	..... التوصيات	١١,٠
٢٠	..... الملحق	١٢,٠





## ١,٠ الخلفية

أنشئت هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات تحت مسمى (هيئة الاتصالات السعودية) بموجب قرار مجلس الوزراء الموقر رقم ٧٤ وتاريخ ١٤٢٢/٣/٥هـ وتم تغيير مسمى الهيئة بعد أن أنيطت بها مهام جديدة تتعلق بتقنية المعلومات ليصبح (هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات) بموجب قرار مجلس الوزراء الموقر رقم ١٢٣ وتاريخ ١٤٢٤/٥/٢١هـ. وتقوم رسالة الهيئة على "توفير خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات في جميع أنحاء المملكة بجودة عالية وأسعار مناسبة".

تم تفعيل خدمة الإنترنت رسميًا في المملكة العربية السعودية في عام ١٩٩٧. وقد أصبح الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من المجتمع والاقتصاد السعوديين. تسعى هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات إلى فهم واقع الإنترنت، بالإضافة إلى التطورات المحتملة له داخل المملكة العربية السعودية. ولتحقيق تلك الغاية، كانت الحاجة ماسة إلى دراسة شاملة تغطي نطاقاً واسعاً من مؤشرات الإنترنت في المملكة العربية السعودية.

تقيم هذه الدراسة الوضع الحالي للإنترنت في المملكة العربية السعودية. وتهدف إلى التعرف على مستويات انتشار، وعادات وأنماط الاستخدام ومستقبل الإنترنت في المملكة العربية السعودية. وفي هذا الحقل، تغطي الدراسة نطاقاً واسعاً من الجوانب المعلوماتية ابتداءً من البنية التحتية وحتى التعرف على مستويات الرضا. كما تغطي الدراسة - بالإضافة إلى ذلك - أنماطاً مختلفة من المستخدمين؛ مستخدم فردي، مستخدم منزلي، وكالات حكومية، مؤسسات تعليمية ومستخدم شركات. وجديرٌ بالذكر إلى أنه قد روعي في هذه الدراسة أن تكون تمثيلاً شاملاً للمملكة. كما تجدر الإشارة إلى أنه سيتم إعادة هذه الدراسة بما لا يقل عن ثلاث مرات سنوياً بما يضمن القدرة على قياس التقدم والنمو.

### السمات الأساسية للدراسة :

- ▶ تمثيل المملكة ككل
- ▶ أنماط العملاء: مستخدمين، شركات وحكومة
- ▶ متابعة سنوية لقياس التقدم

يشرح هذا الملف نتائج الدراسة التي تم إجراؤها بين المؤسسات التجارية في المملكة العربية السعودية.

## 2.0 المنهجية

التقرير المفصل للمنهجية موضح بملحق هذا التقرير.

### 2.1 تصميم الدراسة

- تم إجراء تدريب بحث كمي.
- تم إجراء حوالي ١٦١٤ مقابلة لقسم الانتقاء و ٧٠٠ مقابلة لقسم المقابلات التفصيلية.
- تمت المقابلات مع ممثلي الشركات من أنحاء المملكة.

### ٢,٢ المجيبون المستهدفون

- المجيبون الذين تم إجراء البحث معهم هم:
- مديرو تقنية معلومات / اتصالات أو الموظفون المسؤولون عن مثل هذه القرارات.
  - تمت المقابلات في المكاتب الرئيسية.

### ٣,٢ التغطية والعينة

- أجريت المقابلات في كل من: الرياض، مكة، جدة، الدمام، الخبر، الجبيل، المدينة حيث تمثل هذه المدن ما نسبته ٩٠% من المملكة.
- ولغياب أرقام رسمية عن قطاع الشركات الموجودة في المملكة، فقد تم تصميم عينة مقابلات الشركات باستخدام دليل الأعمال من الغرفة التجارية.

### ٤,٢ أداة البحث:

- أجريت المقابلات باستخدام استمارة مصممة خصيصاً لهذه الدراسة، تم ترجمتها إلى العربية. أجريت المقابلات باللغة العربية / الانجليزية وفقاً لما يحبذه المجيب.
- الاستمارة هي مزيج من الأسئلة ذات الإجابات المفتوحة وأسئلة الاختيار من متعدد.
- مدة الاستمارة المنتقاة تراوحت بين الـ ١٠-١٥ دقيقة، في حين تراوحت مدة الاستمارة التفصيلية إلى حوالي ٣٠-٣٥ دقيقة.

### ٥,٢ مراقبة الجودة

- تم إتباع مراقبة صارمة للجودة على مستوى البحث الميداني ومعالجة البيانات، حيث تم مراجعة ٢٥% من الاستمارات من قبل مشرفي ومديري البحث الميداني.
- في مرحلة معالجة البيانات، تم استبعاد الاستمارات التي لم يتم استكمالها بصورة صحيحة، ولم يتم اعتماد البيانات في التحليل إلا بعد التأكد من خلوها من الأخطاء بنسبة ١٠٠%.
- لمزيد من التفاصيل حول معايير مراقبة الجودة، فضلاً راجع التقرير المبدئي لهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات قسم ٦ و٧.



### ٣,٠ مواصفات العينة

في المجمل، تم الاتصال بـ ١٦١٤ مؤسسة من القطاع الخاص لغرض هذا البحث. وقد غطت العينة القطاعات التالية:

العرض التوضيحي ١,٣ بنية العينة بين القطاعات

	2007	2008
<b>القاعدة : الجميع</b>	<b>1296</b>	<b>1614</b>
الإنشاءات	20%	21%
قطاع الأغذية	13%	17%
قطاع الصناعة	12%	12%
قطاع الخدمات	11%	14%
الاتصالات وتقنية المعلومات	9%	9%
البتروك والغاز	5%	5%
قطاعات أخرى	30%	21%

كما تم تغطية المناطق الإدارية التالية في العينة.

العرض التوضيحي ٢,٣ : بنية العينة بين المناطق الإدارية

	2007	2008
<b>القاعدة : الجميع</b>	<b>1296</b>	<b>1614</b>
الرياض	54%	54%
مكة	27%	22%
المدينة	3%	3%
الشرقية	16%	22%

لأغراض تحليلية، قمنا بتصنيف المؤسسات إلى ٣ أحجام وفقا لعدد موظفي الدوام الكلي في الشركة

العرض التوضيحي ٣,٣ بنية العينة وفقا لعدد الموظفين

	2007	2008
<b>القاعدة : الجميع</b>	<b>1296</b>	<b>1614</b>
مؤسسة صغيرة (أقل من ٥٠)	68%	49%
مؤسسة متوسطة (٥١-٣٠٠)	22%	20%
مؤسسة كبيرة (أكثر من ٣٠٠)	10%	10%
رفض الإجابة	-	21%

متخذو القرار الرئيسيون فيما يتعلق بقضايا تقنية المعلومات

في أكثر من ٥٠% من المؤسسات، يشارك كل من مدير تقنية المعلومات والمدير العام / المدير التنفيذي في عملية اتخاذ القرار.



استخدام الإنترنت في المملكة  
العربية السعودية

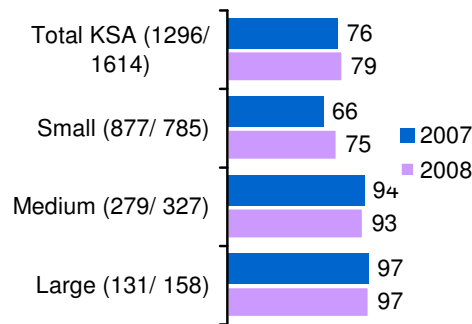
النتائج التفصيلية

## 4.0 البنية التحتية والاستثمارات

### 4.1 انتشار الكمبيوتر

بشكل عام، تنمو نسبة انتشار الكمبيوتر بين الشركات في المملكة العربية السعودية ببطء؛ من ٧٦% في العام ٢٠٠٧ إلى ٧٩% في العام ٢٠٠٨. يتركز هذا الانتشار في المؤسسات الصغيرة، في حين لا تشهد المؤسسات المتوسطة أو الكبيرة أي تطور في نسب الانتشار حيث إن نسب الانتشار بها تصل بالفعل إلى ١٠٠% تقريباً.

العرض التوضيحي ١،٤ انتشار الكمبيوتر وفقاً لحجم المؤسسة



انتشار الكمبيوتر: % المؤسسات التجارية التي تمتلك حتى كمبيوتر واحد

وكما هو متوقع، فإن نسبة أجهزة الكمبيوتر إلى الموظفين هي الأعلى بين المؤسسات الصغيرة حيث يستخدم الموظفون أكثر من كمبيوتر واحد.

	2007	2008
الإجمالي	4	4
الصغيرة	1	2
المتوسطة	4	4
الكبيرة	10	11

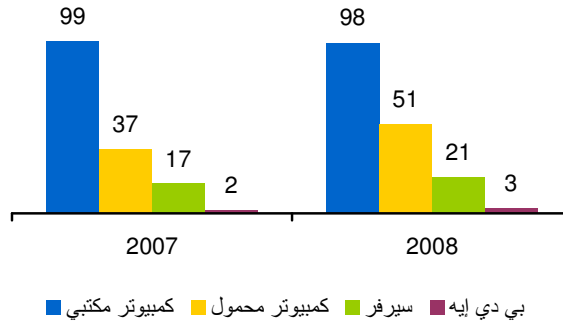
الحساب: عدد الموظفين / عدد أجهزة الكمبيوتر X % أجهزة الكمبيوتر المقدمة للموظفين

### 4.2 الأجهزة

أكثر أجهزة الكمبيوتر المستخدمة هي الكمبيوتر المكتبي (ديسك توب)، يليه الكمبيوتر المحمول (لاب توب) وأجهزة السيرفر، وأقلها استخداماً هو جهاز المساعد الشخصي الرقمي. وكما هو متوقع، يرتفع استخدام أجهزة الكمبيوتر الحديثة (الكمبيوتر المحمول -لاب توب)، وأجهزة السيرفر، و(المساعد الشخصي الرقمي) كلما زاد حجم المؤسسة. علاوة على ذلك، ينتشر الكمبيوتر المحمول بشكل سريع من ٣٧% في العام ٢٠٠٧ إلى ٥١% في العام ٢٠٠٨.

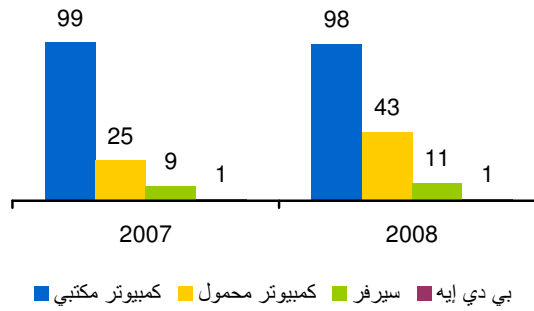


العرض التوضيحي ٢,٤ أجهزة الكمبيوتر وفقا لحجم المؤسسة  
الجميع



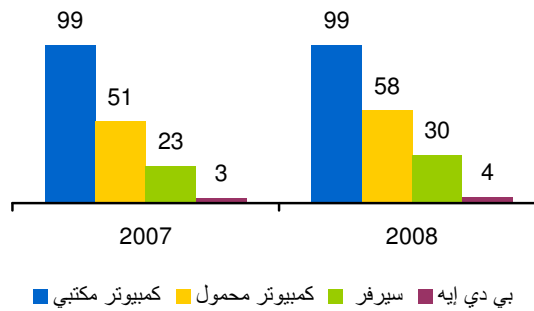
القاعدة: جميع المؤسسات التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر (١٢٧٨/٩٨١)

الصغيرة



القاعدة: جميع المؤسسات الصغيرة التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر (٥٨٦/٥٨٣)

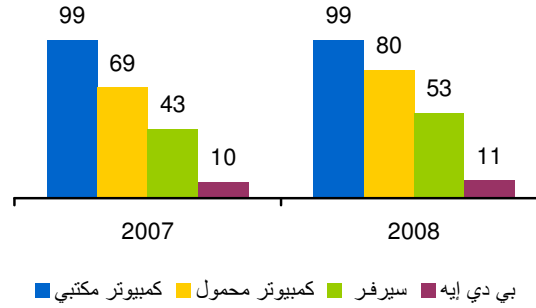
المتوسطة



القاعدة: جميع المؤسسات المتوسطة التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر (٣٠٤/٢٦٣)



### الكبيرة



القاعدة: جميع المؤسسات الكبيرة التي تستخدم أجهزة الكمبيوتر (١٥٤/١٣٧)

مرة أخرى، يتركز هذا الانتشار في المؤسسات الصغيرة؛ حيث زاد من ٢٥% في العام ٢٠٠٧ إلى ٤٣% في العام ٢٠٠٨ في هذا النوع من المؤسسات.

### 4.3 عمق الاستخدام

إن انتشار أجهزة الكمبيوتر المملوكة يرتبط بشكل مباشر بحجم المؤسسة؛ حيث تقدم المؤسسات الكبيرة أجهزة كمبيوتر إلى نسبة أعلى من موظفيها.

العرض التوضيحي ٤,٣ نسبة الموظفين المقدم لهم أجهزة كمبيوتر

	2007	2008
الصغيرة (القاعدة: ٢٦٧/٢٩٢)	29%	31%
المتوسطة (القاعدة: ١٥٠/١٦٠)	28%	38%
الكبيرة (القاعدة: ١٠٠/٩٨)	43%	51%

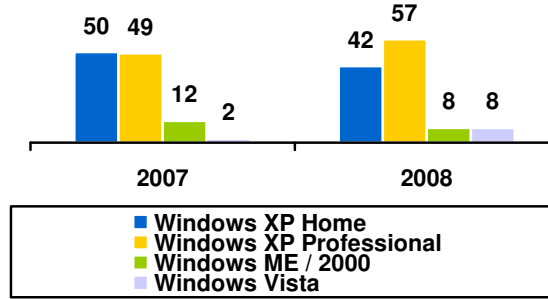
القاعدة: جميع المؤسسات المستخدمة للكمبيوتر

٨٥% من الشركات التي لها فروع تستخدم أجهزة الكمبيوتر في كل من المكتب الرئيسي والفروع.

### ٤,٤ أنظمة التشغيل المستخدمة

يعتبر نظام ميكروسوفت أكثر أنظمة التشغيل انتشاراً واستخداماً في المملكة. ويأتي ويندوز اكس بي (هوم و بروفيشنال) كأكثر نسخ ويندوز استخداماً. في حين تشكل أنظمة التشغيل الأخرى مثل ماكنتوش ولينكس استخداماً ضئيلاً. وتجدر الإشارة إلى أن هناك ميلاً إلى التغيير من استخدامات نسخة ويندوز هوم في العام ٢٠٠٧ إلى بروفيشنال في ٢٠٠٨.

العرض التوضيحي ٤.٤ أنظمة التشغيل المستخدمة



القاعدة: جميع المؤسسات التي تستخدم الكمبيوتر (٥٩٣/٥٦٤)

تعتبر أنظمة التشغيل باللغة العربية وحدها الأقل تفضيلاً ، في حين تكثر المؤسسات التي تختار أنظمة التشغيل بالعربية والإنجليزية معاً. شهدت أنظمة التشغيل باللغة العربية وحدها وبالإنجليزية وحدها انخفاضاً في العام ٢٠٠٨ عن ٢٠٠٧. ويمكن رصد هذا الاتجاه بشكل أوضح، وأكبر في المؤسسات الكبيرة، حيث إن ٧٤% منها تستخدم حالياً أنظمة التشغيل بالعربية والإنجليزية معاً.

#### 4.5 الاستثمارات

شهرياً، تنفق مؤسسة واحدة في المملكة حوالي ١٦٠٠ ريال سعودي في المتوسط على صيانة (الهارد وير) و(السوفت وير) والدورات التدريبية. وكما هو متوقع، ترتفع نفقات تقنية المعلومات في المؤسسات الكبيرة بفعل زيادة الاستخدام لأجهزة الكمبيوتر والإنترنت. حيث تدفع المؤسسات الكبيرة أكثر من ٣٥٠٠ ريال سعودي شهرياً في المتوسط. في حين تستثمر المؤسسات الصغيرة ٩٤٥ ريال سعودي فقط في تقنية المعلومات شهرياً.

أما فيما يتعلق بالدورات التدريبية في تقنية المعلومات فمازالت تقدم في نطاق محدود حتى الآن في المملكة، حيث تقدم بشكل أكبر من قبل المؤسسات الكبيرة باستثناء عدد صغير من المجيبين. من بين الدورات الرئيسية المقدمة دورات في الفوتوشوب، والذي تقوم به مؤسسات صغيرة. كما تنتشر أيضاً دورات برامج المحاسبة.

لم تصل الدورات التدريبية في تقنية  
المعلومات لتصبح أولوية بين  
المؤسسات التجارية في المملكة

#### 4.6 العوائق والدوافع

من العوائق الرئيسية وراء عدم استخدام الكمبيوتر في المؤسسات هو عدم كون الكمبيوتر جزءاً من النشاط الأساسي للشركة، إلا أن هذا العائق شهد انخفاضاً من ٧٠% إلى ٥٩% فقط في العام ٢٠٠٨. في حين تزيد نسبة "الإدارة لا تسمح بالكمبيوتر" كعائق وراء عدم استخدام الكمبيوتر في المؤسسات عاملاً بعد عام.

من الأسباب الأخرى التي ذكرت لعدم استخدام الكمبيوتر هي "افتقار الموظفين للمعرفة بهارات الكمبيوتر" و"نقص التمويل"

العرض التوضيحي ٦.٤ العوائق

	2007	2008
القاعدة: بين المؤسسات التي لا تستخدم الكمبيوتر	135	111
ليس له علاقة بطبيعة عملنا	70%	59%
الإدارة لا تسمح بأجهزة الكمبيوتر	10%	22%
لا يعرف الموظفون كيفية استخدامه	22%	19%
لا يوجد ميزانية للشراء	13%	14%
موظفو الإدارة لا يعرفون كيفية استخدامه	6%	2%
الموظفون الإداريون لا يعرفون كيفية استخدامه	5%	6%

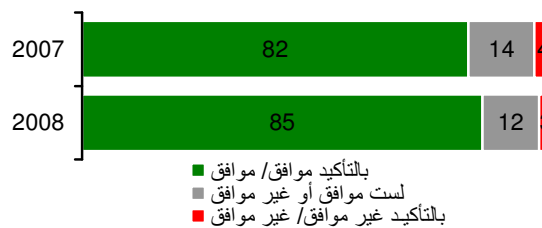
على الجانب الآخر، أبدى قرابة الـ ٣٣% من غير المستخدمين الحاليين نية إيجابية بشراء أجهزة كمبيوتر خلال الـ ١٢ شهر القادمة، ودافعهم في ذلك هي "تحسين التوثيق"، "تحسين العمل" و"العمل على تنمية العمل".

## ٥.٠ الآراء بخصوص الإنترنت

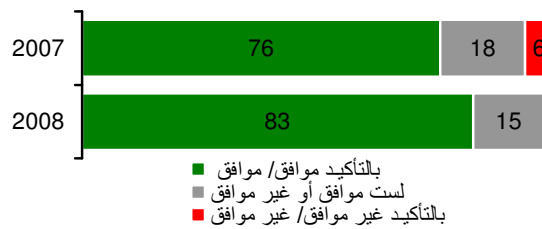
ينظر إلى الإنترنت على أنه بسيط يقدم جميع المعلومات بطريقة سهلة ومريحة. كما يعتقد أنه وسيلة ضرورية ومهمة للجيل القادم. ويرى قرابة الـ ٦٦% من مديري تقنية المعلومات أن الانترنت يعد الطريقة الأفضل التي يعبر من خلالها الناس عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم.

العرض التوضيحي ١.٥ الآراء حول الإنترنت

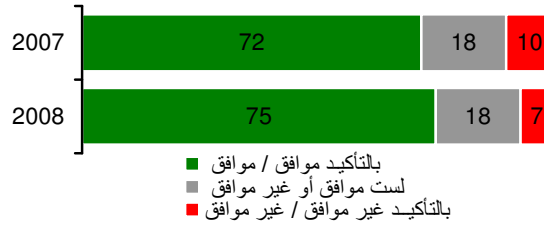
يقدم الإنترنت جميع المعلومات التي يحتاجها الناس بطريقة مريحة



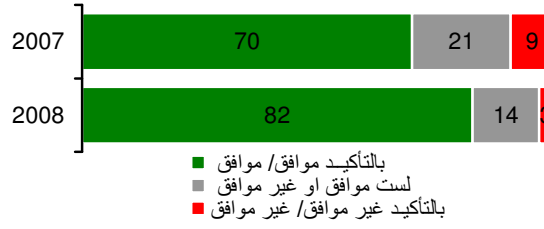
الإنترنت جعل الوصول للمعلومات أكثر سهولة



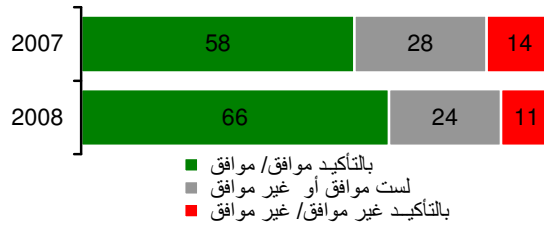
من الضروري الاتصال بالإنترنت حيث أنه وسيلة الجيل الحاضر



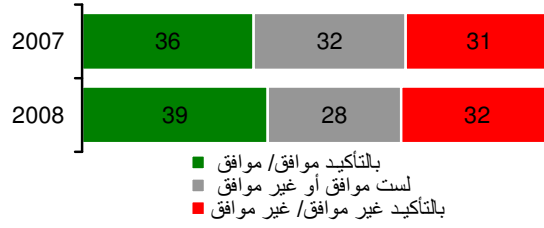
الإنترنت هو الوسيلة التي توالى الناس بأحدث المعلومات



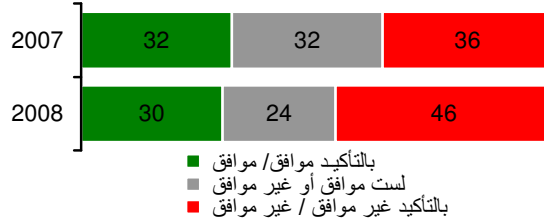
الإنترنت هو أفضل وسيلة للناس للتعبير عن أنفسهم



الإنترنت يجعل الناس غير اجتماعيين بعض الشيء

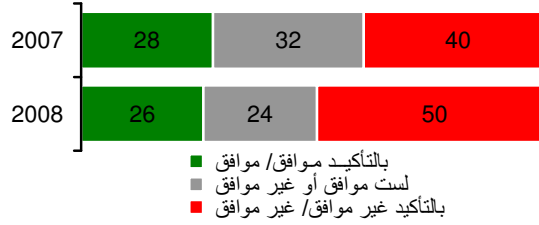


يدخل الإنترنت أفكار ومفاهيم خاطئة في عقول الجيل الجديد





الإنترنت غير جيد لاحتوائه على العديد من المحتويات غير الأخلاقية



على الرغم من كل ما للانترنت من مزايا ، إلا أنه لا يزال هناك مخاوف تلازم الإنترنت أيضاً، كالقلق من أن يساهم الانترنت في جعل المستخدم أكثر عزلة عن المجتمع بعض الشيء، بالإضافة إلى ما يمكن أن يساهم الانترنت بزيادته من مخاطر محتملة على الأطفال.

### يرى مديري تقنية المعلومات في المملكة بأن الاتصال بالإنترنت ضروري لكونه وسيلة الجيل الحاضر

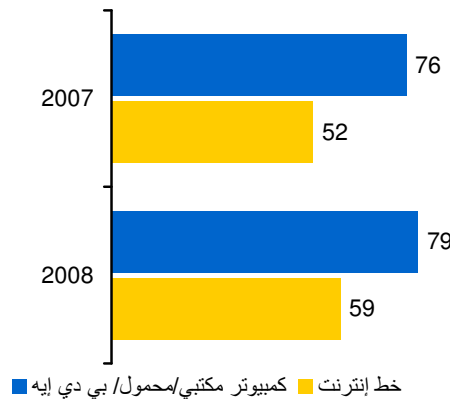
٦,٠ استخدام الإنترنت

٦,١ انتشار الإنترنت

تمثل نسبة انتشار الإنترنت بين الشركات في المملكة قرابة الـ ٥٩%، وبذلك تكون النسبة قد ارتفعت بنسبة ضئيلة عن العام ٢٠٠٧ حيث كانت ٥٢%. هذه الزيادة تركزت في المؤسسات الصغيرة، حيث ارتفعت نسبة استخدام الإنترنت من ٣٩% في العام ٢٠٠٧ إلى ٥٢% في العام ٢٠٠٨.

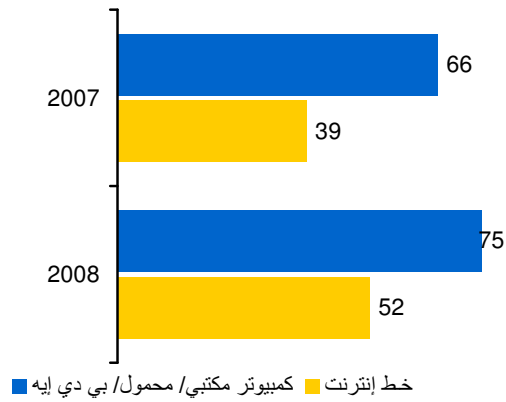
وفيما يتعلق بالشركات المتوسطة والكبيرة، فإن انتشار الإنترنت ثابت مع زيادة بسيطة، أو لا زيادة على الإطلاق.

العرض التوضيحي ١,٦ انتشار الكمبيوتر والإنترنت وفقاً لحجم المؤسسة  
إجمالي المملكة العربية السعودية

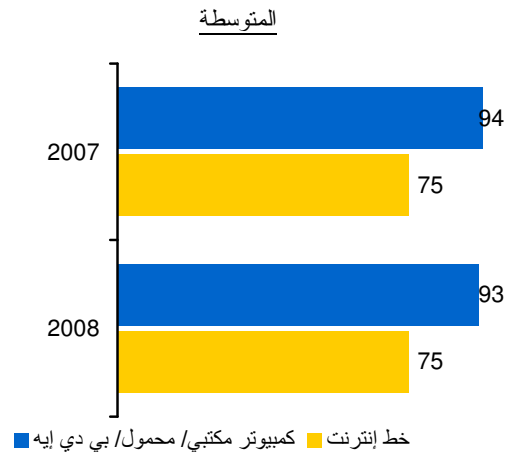


القاعدة: جميع المؤسسات (١٢٩٦/١٦١٤)

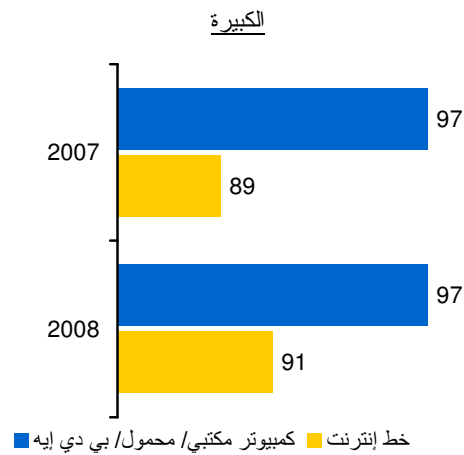
الصغيرة



القاعدة: جميع المؤسسات الصغيرة (١٧٧/٧٨٥)



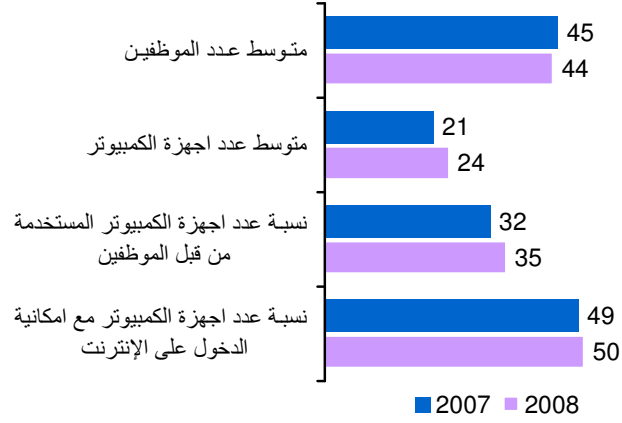
القاعدة: المؤسسات المتوسطة (٢٧٩/٣٢٧)



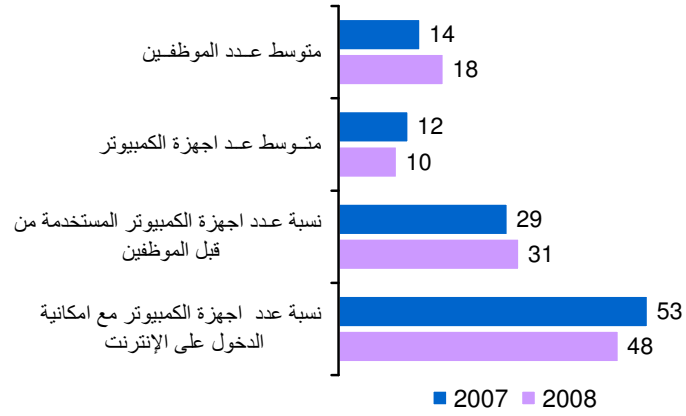
القاعدة: جميع المؤسسات الكبيرة (١٣١/١٥٨)



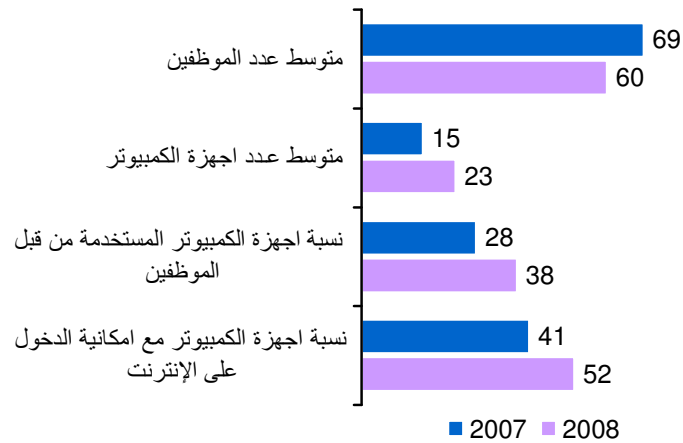
الجميع



الصغيرة

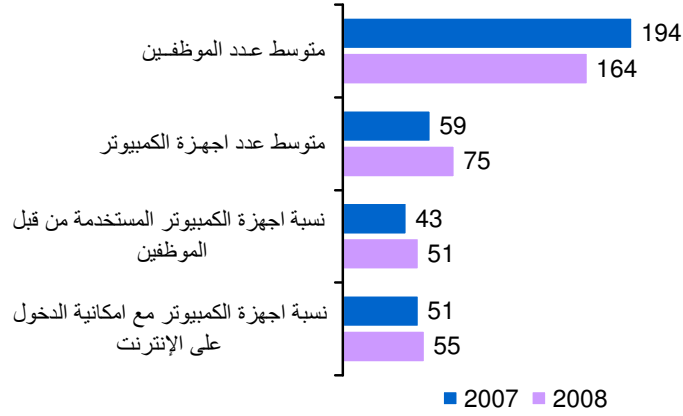


المتوسطة





### الكبيرة



### ٦,٢ عوائق استخدام الإنترنت

كما هو الحال مع الكمبيوتر، فإن غياب الحاجة للإنترنت هي العائق الرئيسي الذي ذكر وراء عدم تبني الإنترنت أيضاً، حيث إن "عدم توفر الإنترنت" و"كونه غير ضروري للعمل" - كما هو مذكور - سببان أساسيان في عدم استخدام الإنترنت

### ٦,٣ نوع الاتصال

من أشهر وصلات الإنترنت على الإطلاق وصلة البرودباند، فهناك انتقال كبير إلى هذه الوصلة عن ٢٠٠٧؛ ويوجه عام جميع وصلات الإنترنت هي برودباند.

كما تنتشر وصلة الدليل أب أيضاً ولكن يبقى انتشارها محدوداً بين بين المؤسسات الصغيرة. ويعتبر انتشار هذه الوصلة بطيئاً جداً حيث إن نسبة اختيار هذه الوصلة لا تتعدى ٩%.

### العرض التوضيحي ٦,٣ أنواع وصلات الإنترنت

	الجميع		الصغيرة		المتوسطة		الكبيرة	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
القاعدة: جميع المؤسسات التي تستخدم الإنترنت	672	954	340	408	210	244	116	144
دليل أب	27	7	35	9	22	3	11	3
دي إس إل / برودباند	69	91	58	88	75	97	84	98
أخرى	4	8	3	3	4	10	8	29



#### ٦,٤ الأنشطة على الإنترنت

من أشهر الأنشطة التي تقوم بها الشركات على الإنترنت في المملكة العربية السعودية الاستفادة من المعلومات (عن المنتجات / الخدمات / المؤسسات الحكومية / الهيئات العامة)، والاتصال (إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية) وإنجاز الأعمال (الشراء عبر الإنترنت والخدمات البنكية على الإنترنت).

العرض التوضيحي ٤,٦ الأنشطة على الإنترنت

	الجميع		الصغيرة		المتوسطة		الكبيرة	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
قاعدة: جميع المؤسسات التي تستخدم لإنترنت في المكتب الرئيسي	410	471	180	200	133	130	92	90
لحصول على المعلومات	84	93	80	90	88	95	88	97
لاتصال	74	68	71	67	74	72	80	61
لعمل	71	65	63	62	78	69	76	76
لتسليّة	23	20	24	20	19	23	27	13

على الرغم من التطبيقات المختلفة المذكورة أعلاه، يدعي ٤٨% فقط (في انخفاض عن ٥٣% في العام ٢٠٠٧) من المؤسسات في المملكة عدم اعتماد عملهم على الإنترنت. وكما هو متوقع تعتمد المؤسسات الكبيرة في عملها على الإنترنت بشكل أكبر.

## يزداد انتشار الإنترنت بين الشركات في المملكة مع زيادة اعتماد عملها عليه

#### ٦,٥ التصفح:

يظل "انترنت إكسبلورر" من ويندوز ميكروسوفت هو أشهر متصفح ويب في المملكة حيث يستخدم حالياً بنسبة ٩٤%، على الرغم من نقص انتشاره عن ٩٦% في العام ٢٠٠٧ حيث يستخدم ٢% المتصفح موزيلا فايرفوكس. وقد ظل استخدام نيتسكيب عند ٤%.

#### ٦,٦ الإنترنت على الهاتف المتحرك

ما زال استخدام الإنترنت عبر الهاتف المتحرك ضئيلاً نسبياً حيث يمثل ٩%. ويستخدم حالياً من قبل المؤسسات الكبيرة فقط. على الجانب الآخر، ١٤% من المجيبين الذين أجريت المقابلات معهم لا يعرفون حتى عن خدمة الاتصال بالإنترنت عبر الهاتف المتحرك. علاوة على ذلك، يصف ٦٣% من مستخدمي الإنترنت عبر الهاتف المتحرك استخدامهم له كبديل عن وصلات الإنترنت التقليدية في زيادة عن ٣٩% في العام ٢٠٠٧.



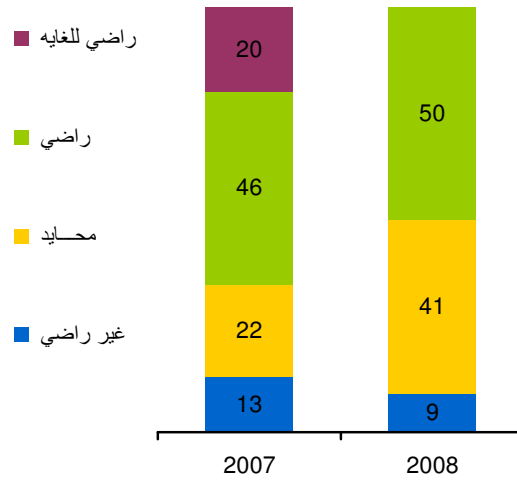
لقد كان تأثير الإنترنت عبر الهاتف المتحرك على قطاع الشركات في  
السعودية ضئيلاً نسبياً

٧,٠ الرضا عن خدمات الإنترنت والمخاوف الناتجة عنه

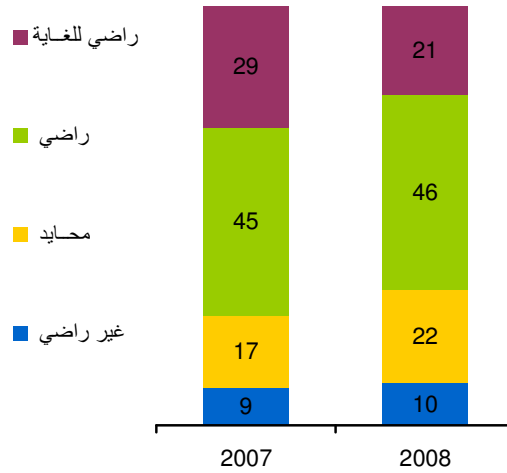
٧,١ الرضا

عبر معظم المؤسسات عن رضاها عن مستويات خدمة الإنترنت. حيث تشعر الشركات التي تستخدم وصلة البرودباند بالرضا بشكل أكبر مقابل مستخدمي وصلة الدايل أب. حيث إن ٠% من مستخدمي الدايل أب يشعرون بالرضا عن الخدمة في العام ٢٠٠٨.

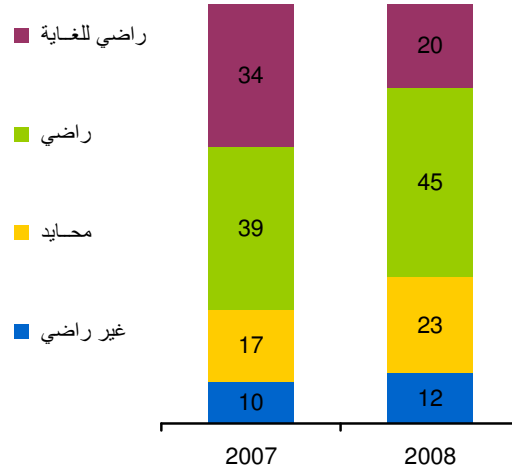
العرض التوضيحي ١,٧ الرضا  
دايل أب



البرودباند ٢٥٦ كيلوبايت/الطبقة الاجتماعية



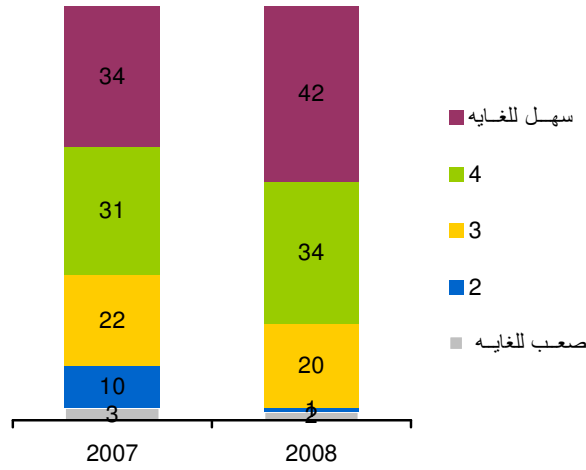
البرودباند ٥١٢ كيلوبايت/الطبقة الاجتماعية



ذكر ١٠٠% من غير الراضين عن الخدمة بأن السبب الرئيسي في ذلك يعود إلى "انخفاض السرعة"، هذا بالإضافة إلى "انقطاع الخدمة".

٧,٢ سهولة الاشتراك

ينظر إلى إمكانية الاستعانة بوصلة برودباند في المملكة على أنها عملية سهلة، كما تزيد هذه النظرة عامًا بعد عام، حيث يرى ٤٢% في العام ٢٠٠٨ أن الحصول على وصلة انترنت أصبح في غاية السهولة.



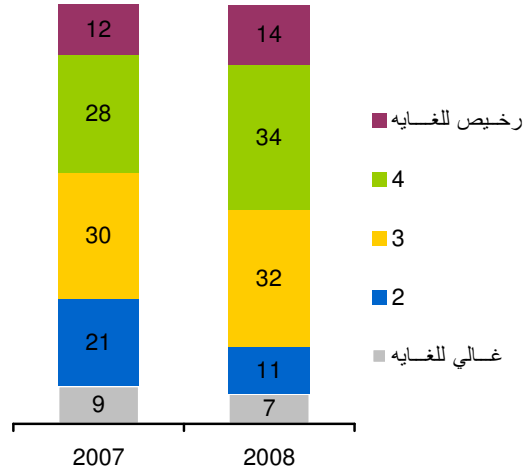
القاعدة: جميع المؤسسات التي تستخدم الإنترنت (٤٧١/٤١٠)



### ٧,٣ الآراء حول التكلفة

تذهب الآراء إلى أن تكلفة الإنترنت في المملكة العربية السعودية قد أصبحت رخيصة، حيث يرى أكثر من النصف أن الإنترنت أصبح في متناول الجميع؛ في حين رأى ١٨% بأن تكلفة الانترنت في المملكة لا تزال مرتفعة .

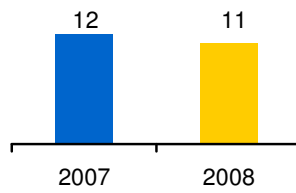
العرض التوضيحي ٣,٧ الآراء حول التكلفة



### ٧,٤ المخاوف

ذكرت ١١% فقط من المؤسسات أن فلترة المعلومات هي أحد مخاوف الإنترنت. أما عن أكثر الأسباب التي ذكرت فكانت "الحظر من دون سبب واضح" والذي يؤدي إلى "إعاقة الوصول إلى المعلومات المتعلقة".

العرض التوضيحي ٤,٧ نسبة من لديهم مخاوف من الفلترة



القاعدة: جميع مستخدمي الإنترنت (٤٧١/٤١٠)

الرسائل المزعجة Spam هي أيضاً من المخاوف المتزايدة بالنسبة للشركات، حيث زادت نسبة تلقي رسائل مزعجة spam عن ٢٣% في العام ٢٠٠٧ إلى ٤٠% في العام ٢٠٠٨. وتمثل الرسائل المزعجة المستلمة ١٧% في المتوسط من جميع الرسائل المستلمة. كما لا يشكل حجم المؤسسة أي تأثير هنا حيث إن الاختلافات طفيفة للغاية.



## ٨,٠ المواقع الإلكترونية والتجارة عبر الإنترنت

### ٨,١ المواقع الإلكترونية

نصف المؤسسات التجارية تقريباً لديها موقعاً إلكترونياً، وكما هو متوقع يؤثر حجم الشركة في ذلك - كلما زاد حجم الشركة زاد احتمال أن يكون لديها موقعٌ إلكتروني.

العرض التوضيحي ١,٨ موقع إلكتروني خاص

	الجميع		الصغيرة		المتوسطة		الكبيرة	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
القاعدة: جميع الشركات التي تستخدم الإنترنت	410	471	180	200	133	130	92	90
استضافة موقع إلكتروني	39%	48%	26%	35%	41%	61%	64%	68%

تستخدم المواقع الإلكترونية بشكل أساسي في تقديم المعلومات عن المؤسسة. من بين الخدمات الأخرى المنتشرة تقديم معلومات عن الأحداث، المنتجات / الخدمات والأخبار، وتوفير خدمة البريد الإلكتروني أيضاً. أما عن الخدمات المتطورة الأخرى فتشمل الندوات / المؤتمرات عبر الإنترنت ولكنها أقل انتشاراً نسبياً في المملكة العربية السعودية.

العرض التوضيحي ٢,٨ الخدمات المقدمة على الموقع الإلكتروني

	2007	2008
القاعدة: جميع المؤسسات التي لديها موقعاً إلكترونياً	160	224
معلومات عن المؤسسة	82%	88%
بريد إلكتروني	73%	41%
الأحداث	48%	25%
المنتجات / الخدمات	30%	70%
الأخبار	28%	25%
الندوات / المؤتمرات على الإنترنت	7%	5%

٥١% من المواقع الإلكترونية يتم استضافتها باللغة الإنجليزية فقط. وتستخدم على الجانب الآخر - ٣٦% من المواقع باللغة الإنجليزية والعربية، في حين تستخدم ١٣% اللغة العربية وحدها. منذ العام ٢٠٠٧ كان هناك تحولٌ بسيط من الإنجليزية وحدها إلى الإنجليزية والعربية.

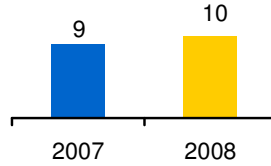
تفضل المؤسسات التجارية استضافة موقعها على الإنترنت داخلياً، حيث يفضل ٦٧% من المجهين الذين أجريت مقابلات معهم هذا الخيار، في زيادة عن ٤٤% في العام ٢٠٠٧.

### ٨,٢ التجارة عبر الإنترنت



ما زالت التجارة عبر الإنترنت ضئيلة بين المؤسسات التجارية في السعودية. فهناك واحدة من بين كل ١٠ مؤسسات تمارس التجارة الإلكترونية في إطار عملها في المملكة. كما أن التجارة عبر الإنترنت هي الأقل شيوعاً بين المؤسسات الصغيرة.

العرض التوضيحي ٨,٢ ممارسة التجارة عبر الإنترنت



القاعدة: جميع المجيبين (٧٠٥/٧١٠)

تستخدم التجارة عبر الإنترنت كوسيلة لعرض المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة من قبل جميع من يمارسون التجارة عبر الإنترنت. كما يتيح ٢٥% خيار البيع على الإنترنت. ومن أشهر وسائل الدفع هي "الدفع عند التسليم".

١٠% من المؤسسات التي لديها وصلة إنترنت تستخدم الإنترنت للشراء، في زيادة طفيفة عن ٦% في العام ٢٠٠٧. من أشهر المشتريات التي تتم عن طريق الإنترنت من قبل هذه المؤسسات؛ شراء البرامج، قطع الغيار وتذاكر السفر.

## ٩,٠ النتائج

يزداد انتشار الكمبيوتر بين الشركات عامًا بعد عام في المملكة العربية السعودية. وفي هذا السياق، تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن ٧٥% من الشركات في السعودية تمتلك أجهزة كمبيوتر، وتتركز هذه الزيادة في المؤسسات الصغيرة.

وتستخلص هذه الدراسة إلى أن أجهزة الكمبيوتر المحمول (لاب توب) قد أصبحت شائعة بشكل كبير، وتزايدت بمعدل سريع، حيث تختار العديد من المؤسسات الصغيرة هذا الكمبيوتر عن الكمبيوتر المكتبي (ديسك توب).

أما عن الشركات التي لا تمتلك أجهزة كمبيوتر حتى الآن، فإن السبب الرئيسي الذي ذكر وراء ذلك هو "عدم اتصاله بالعمل" و"عدم موافقة الإدارة على أجهزة الكمبيوتر".

وتسجل نتائج هذه الدراسة أن نظام (ميكروسوفت) هو نظام التشغيل المفضل مع التوجه إلى تفضيل أنظمة التشغيل بالعربية والإنجليزية عن نظام التشغيل بالعربية وحده. كما تسجل الدراسة توجهًا من قبل الغالبية إلى التغيير من ميكروسوفت هوم إلى مجموعة ميكروسوفت بروفيشنال.

وتشير الدراسة إلى أنه في العام ٢٠٠٨، أكثر من نصف المؤسسات في المملكة العربية السعودية فقط (٥٨%) تستخدم الإنترنت. وقد زاد انتشار الإنترنت بشكل طفيف من العام ٢٠٠٧ إلى العام ٢٠٠٨. يستخدم معظم المؤسسات الكبيرة الإنترنت، في حين تستخدم نصف المؤسسات الصغيرة فقط الإنترنت.

الأسباب الرئيسية وراء عدم استخدام الإنترنت هي "غياب الحاجة إليه" و"عدم توافره في المنطقة".

خلال الفترة من ٢٠٠٧ إلى ٢٠٠٨ كان هناك تحولٌ كبيرٌ من وصلة الدايل أب إلى وصلة البرودباند؛ حيث تستخدم الغالبية (٩١%) الآن وصلة البرودباند. ضمن هذا التحول، انحدرت مستويات الرضا عن جميع أنواع الوصلات الأخرى، خاصة وصلة الدايل أب، حيث ذكر الجميع انخفاض السرعة كسبب وراء عدم الرضا. على الجانب الآخر، يرى الغالبية أن الاشتراك في الإنترنت أصبح أسهل وأرخص.

وتوضح الدراسة إلى أن أكثر من نصف المؤسسات تمتلك موقعًا إلكترونيًا؛ وهو أمرٌ يعود إلى حجم الشركة، فكلما زاد حجم الشركة زاد احتمالية امتلاكها لموقع إلكتروني. ويستضيف نصف من لديهم مواقع إلكترونية هذه المواقع باللغة الإنجليزية، في حين يختار ٣٦% اللغة العربية والإنجليزية ويفضل ١٣% اللغة العربية وحدها.

مازالت التجارة عبر الإنترنت محدودة نسبيًا في المملكة العربية السعودية، ويستخدم من لديهم موقع إلكتروني هذه المواقع في تسويق المنتجات التي يبيعونها. كما يسمحوا للعميل بتصفح منتجاتهم وشرائها من المتجر بدلاً من شرائها عبر الموقع نفسه.

١٠٠٠ الملخص (الأرقام الرئيسية)

فيما يتعلق بالكمبيوتر

		2007	2008
نسبة الشركات التي تمتلك أجهزة كمبيوتر		76%	79%
نوع الكمبيوتر المستخدم (بين الشركات التي تمتلك أجهزة كمبيوتر)	كمبيوتر مكتبي (الديسك توب)	99%	98%
	الكمبيوتر المحمول (لاب توب)	37%	51%
	سيرفر	17%	21%
الاستثمارات في تقنية المعلومات	المتوسط الشهري لكل شركة	1,544 ريال سعودي	1,605 ريال سعودي
استخدام أنظمة التشغيل (بين الشركات التي تمتلك أجهزة كمبيوتر)	ويندوز إكس بي هوم	50%	42%
	ويندوز إكس بي بروفيشنال	49%	57%
	ويندوز مي / ٢٠٠٠	12%	8%
أسباب عدم استخدام الكمبيوتر (بين الشركات غير المستخدمة للكمبيوتر)	غير مرتبط بطبيعة العمل	70%	59%
	لا يعرف الموظفون كيفية استخدامه	22%	19%
	لا يوجد ميزانية للشراء	13%	14%

فيما يتعلق بالإنترنت

		2007	2008
	نسبة الشركات المستخدمة للإنترنت	52%	59%
نوع وصلة الإنترنت (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	برودباند	69%	91%
	دايل أب	27%	7%
استخدام متصفح الويب (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	انترنت إكسبلورر	96%	94%
	نيتسكيب	4%	4%
	موتزيتلا فايف فوكس	-	2%
	نسبة الموظفين المستخدمين للإنترنت على الهاتف المتحرك	8%	9%
الرضا عن خدمات الإنترنت (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	راضي	71%	64%
	غير راضي	10%	10%
الآراء حول تكلفة الإنترنت (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	غال	30%	19%
	مقبول	40%	48%
	المخاوف بشأن قلّة الإنترنت (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	12%	11%
	استقبال رسائل مزعجة spam (بين الشركات المستخدمة للإنترنت)	23%	40%
	الشركات التي لديها مواقع إلكترونية	39%	48%
التجارة عبر الإنترنت	نسبة الشركات التي تنفذ التجارة عبر الإنترنت	9%	10%