



دراسة استقصائية لتقدير الأثر فضائل متسوقى الانترنت في قطر

مارس 2019



وزارة الاتصالات والمواصلات
MINISTRY OF TRANSPORT
AND COMMUNICATIONS



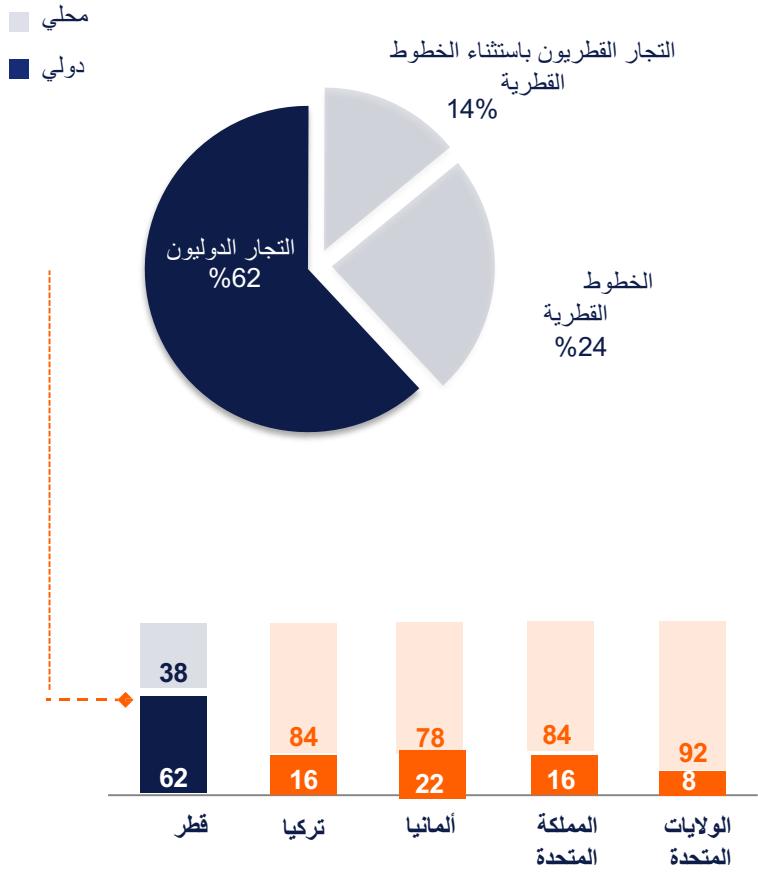
جدول المحتويات

- مقدمة
- نظرة عامة على الدراسة الاستقصائية
- الرؤى الرئيسية والنتائج التفصيلية

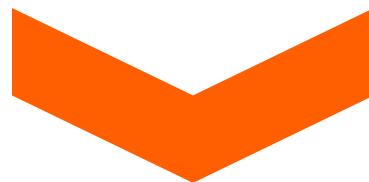
.1 مقدمة

التجارة الإلكترونية في قطر - مبيعات التجارة الإلكترونية محلياً

على الرغم من اتجاهات النمو الإيجابية في التجارة الإلكترونية، إلا أن المبيعات الإلكترونية المحلية في قطر أقل من المعدلات الدولية؛ ويعد غرس الثقة في التسوق عبر الإنترنت هو أحد الجهود الرئيسية المبذولة محلياً



46% من مبيعات التجار القطريين المحليين
أقل بنسبة 44% عن متوسط مبيعات التجار
المحليين في الدول المختارة للمقارنة حسب
المعايير



عوامل زيادة المبيعات المحلية في دول
المقارنة:



التسويق والإعلان
المتقدم



البنية التحتية
الرقمية المطورة



نقاوة ثقة المستهلك في
التسوق عبر الإنترنت



نضج سوق التجارة
الإلكترونية



حماية للمستهلك وقواعد
الإلكترونية قوية

برنامج علامة الثقة يساعد في
التعامل مع أهم العوامل الرئيسية،
وهو عامل الثقة في التسوق
الإلكتروني ويعمل أيضًا على
توصيل العناصر الأخرى التي
تساهم في مساعدة قطر على التعرف
على الفرص المتاحة في مجال
التجارة الإلكترونية المحلية.

التجارة الإلكترونية في قطر مقدمة عن ثقة

برنامج ثقة هو برنامج فعال يقوم باعتماد التجار الإلكترونيين وفق مجموعة من المعايير المحددة ويقوم بمراقبة التزام الأعضاء بضوابط السلوك.



يساهم برنامج ثقة في تجربة مطورة للمستخدم عبر الانترنت باستخدام تجار إلكترونيين محليين

((٥))

يساعد برنامج ثقة على رفع ثقة العملاء في التجار الإلكترونيين المحليين



ويساعد البرنامج على تقليل المبيعات الإلكترونية للتجار الإلكترونيين الدوليين وتوجيه المبيعات إلى التجار المحليين.



2. نظرة عامة على الدراسة الاستقصائية

نظرة عامة على الدراسة الاستقصائية

تم عمل دراسة استقصائية على مجموعة من 500 شخص مقيم في قطر عبر الإنترن特 من أجل معرفة الرؤى و الاتجاهات الرئيسية للتعرف على احتياجات ورغبات المستهلكين. تم جمع هذه البيانات للمساهمة في تقليل مبيعات التجارة الإلكترونية الدولية.

الهدف

- قياس عدد مرات الشراء عبر الإنترن特:
 - ✓ الاسباب والعوامل الهامة للتسوق عبر الإنترنط
 - ✓ القنوات والطرق المفضلة
 - ✓ معدل الانفاق وتوارثه
- فهم الاسباب:

- ✓ عدم الشراء عبر الإنترنط / وعدم استخدام التجارة الإلكترونية
- ✓ تفضيل شركات التجارة الإلكترونية الدولية على الشركات المحلية
- ✓ قلة الثقة في التجارة الإلكترونية المحلية

وصف العينة

- حجم العينة : 500
- الجنسية: قطريين، غيريين آسيويين، عرب، وآخرون
- العمر: 18 – 50 سنة
- التركيبة السكانية:
 - ✓ 75% أجانب / 25% محليين
 - ✓ 76% ذكور / 24% إناث
- الدخل: جميع مستويات الدخل (أقل من 2000 ريال قطري حتى 48000 ريال قطري)

الطريقة

يُجرى المسح عبر الإنترنط من خلال شركة أبحاث سوق شريكه: إيبسوس



Ipsos MORI

3. الرؤى الرئيسية والنتائج التفصيلية

الرؤى الرئيسية

معدل تغلغل التجارة الإلكترونية يصل إلى 37%， فإن التجارة الإلكترونية في قطر تتمتع بفرص واعدة في مجال النظام البيئي لكلا الجانبين؛ الاستحواذ والانتفاع من

الإلكترونيات وسيارات التاكسي / اليموزين

هي أكثر المنتجات والخدمات التي يتم شرائها بشكل متكرر وبصورة كبيرة عبر الإنترنت في قطر

37%

تطبيقات الموبايل

من المشاركون في الاستبيان يقومون بالشراء عبر الإنترنت من تجار محليين مرة واحدة على الأقل أسبوعياً

26%

إعلانات فيسبوك

هي قناة التسوق عبر الإنترنت المفضلة بنسبة 50% من المشاركون في الدراسة

من المشاركون في الاستبيان قاموا بشراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت في قطر (خلال 12 شهرًا الماضية)*

هي الوسيلة المفضلة للتواصل لمعرفة ما هو الجديد حول المتاجر الإلكترونية والمنتجات والعروض الجديدة

76%

تنوع المنتجات ومدى توفرها

من المشاركون في الاستبيان يفضلون التسوق من منصة "الماركت بلس" أو "السوق" مقارنة بمنصات "التجار الفرادي"

لها السبب يفضل متسوقو الإنترنت المتاجر الأجنبية الإلكترونية

31%

التحدث عبر الإنترنت

من المشاركون في الاستبيان قد صوتوا أنهم لا يتقون في المتاجر الإلكترونية المحلية

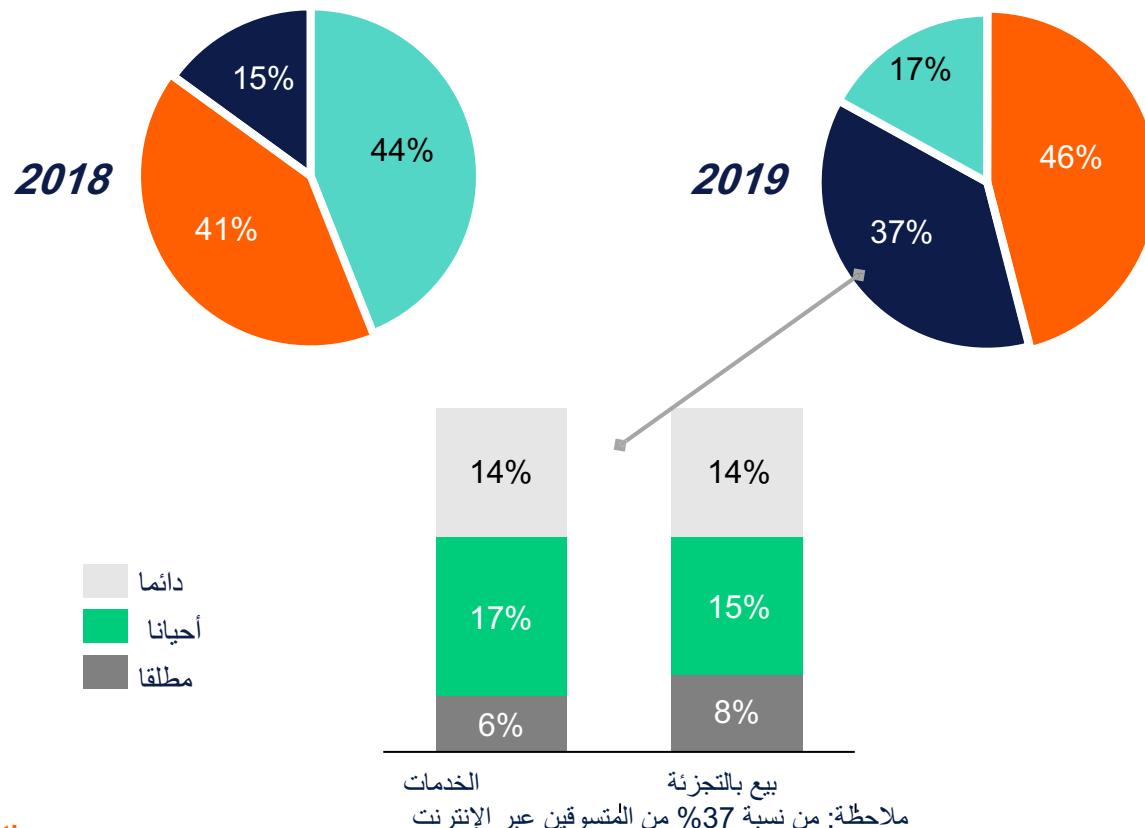
هي أكثر وسائل التواصل تفضيلاً للمتسوقين المحليين عبر الإنترنت فيما يخص الاستفسارات والشكوى

معدل تغلغل التجارة الإلكترونية في قطر في عام 2018 مقارنة بعام 2019

إن معدل تغلغل التجارة الإلكترونية في قطر عام 2019 يصل إلى 37% مقارنة بنسبة 15% عام 2018 بنفس التوزيع بين التسوق في مجال البيع بالتجزئة ومجال الخدمات لعام 2019

لقد قمت بشراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت خلال 12 شهراً الماضية

- لم أقم بشراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت خلال 12 شهراً الماضية ولكنني أتمنى فعل ذلك
- لم أقم بشراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت خلال 12 شهراً الماضية ولا أتمنى فعل ذلك



- بلغ معدل تغلغل التجارة الإلكترونية في قطر الذي يعكس عدد المتسوقين الذين قاموا بشراء منتجًا أو خدمة عبر الإنترنت خلال 12 شهراً الماضية 15% عام 2018 و 37% عام 2019.

- ازداد هذا المعدل ليصل لأكثر من ضعف النسبة زيادة عن العام الماضي. وربما يمكن تفسير ذلك من خلال تزايد أعداد التجار الإلكترونيين وتزايد التسويق الذي لاحظناه.

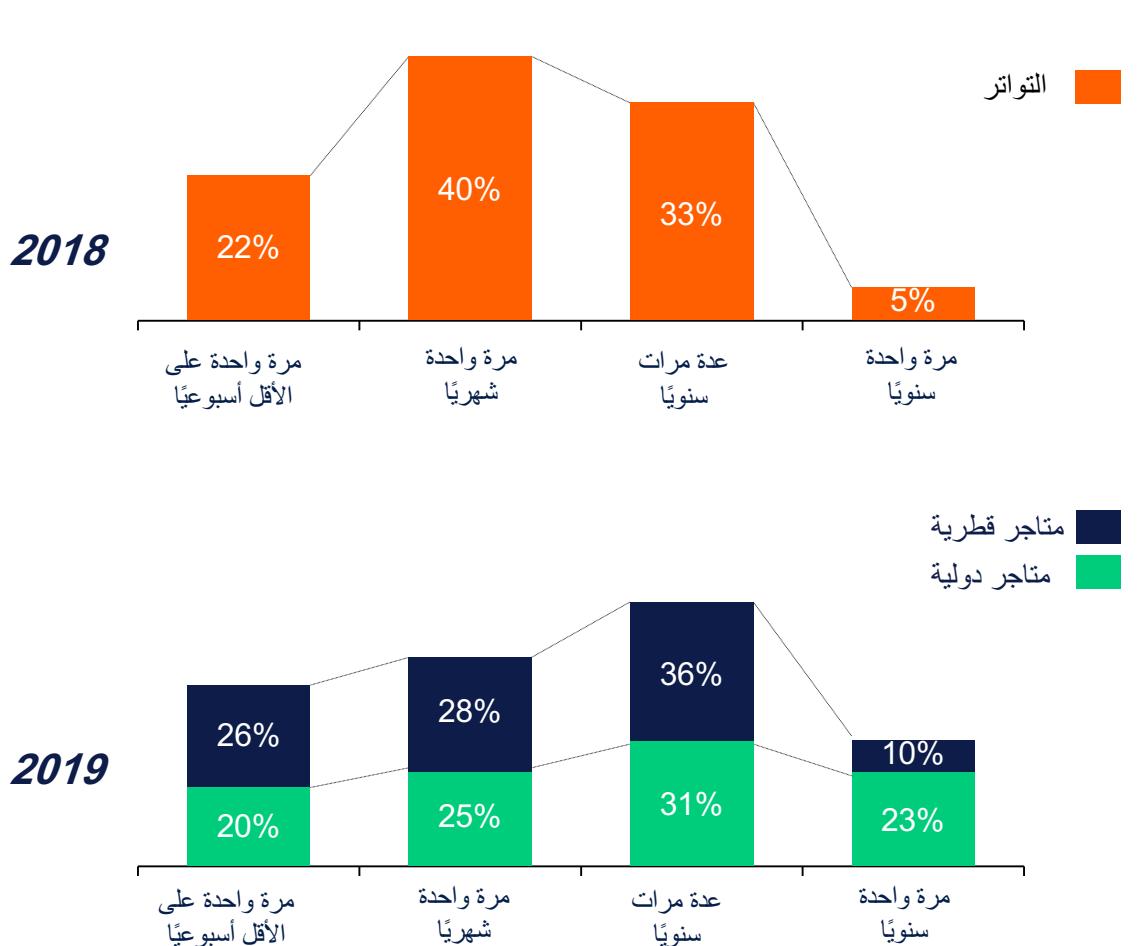
- ومن نسبة 37% الذين قاموا بالتسوق عبر الإنترنت العام الماضي هناك 14% منهم قاماً بشراء منتجات بشكل دائم و 17% يقومون بالشراء أحياناً و 6% لم يشتروا أي منتجات، ونجد أن 14% قد اشتروا خدمات بشكل دائم و 15% قاماً بالشراء أحياناً و 8% لم يشتروا خدمات مطلقاً.

- ومن نسبة الـ 63% الذين لم يقوموا بالتسوق عبر الإنترنت خلال عام 2019 نجد أن 17% لديهم النية للتسوق عبر الإنترنت والسبة المتبقية ليس لديهم الميل للتسوق عبر الإنترنت.

تواتر التسوق لعام 2018 مقابل 2019

ما بين عامي 2018 إلى 2019 نلاحظ تزايداً طفيفاً في التسوق الأسبوعي من التجار المحليين مقابل تحول بسيط شهرياً وعدة مرات للعام في 2018 وتتغير إلى مرة واحدة عام 2019 بالنسبة للتجار الدوليين.

س 2 تواتر التسوق: المتاجر الدولية مقارنة بالمتاجر المحلية - الملاحظات الرئيسية



الملاحظات الرئيسية

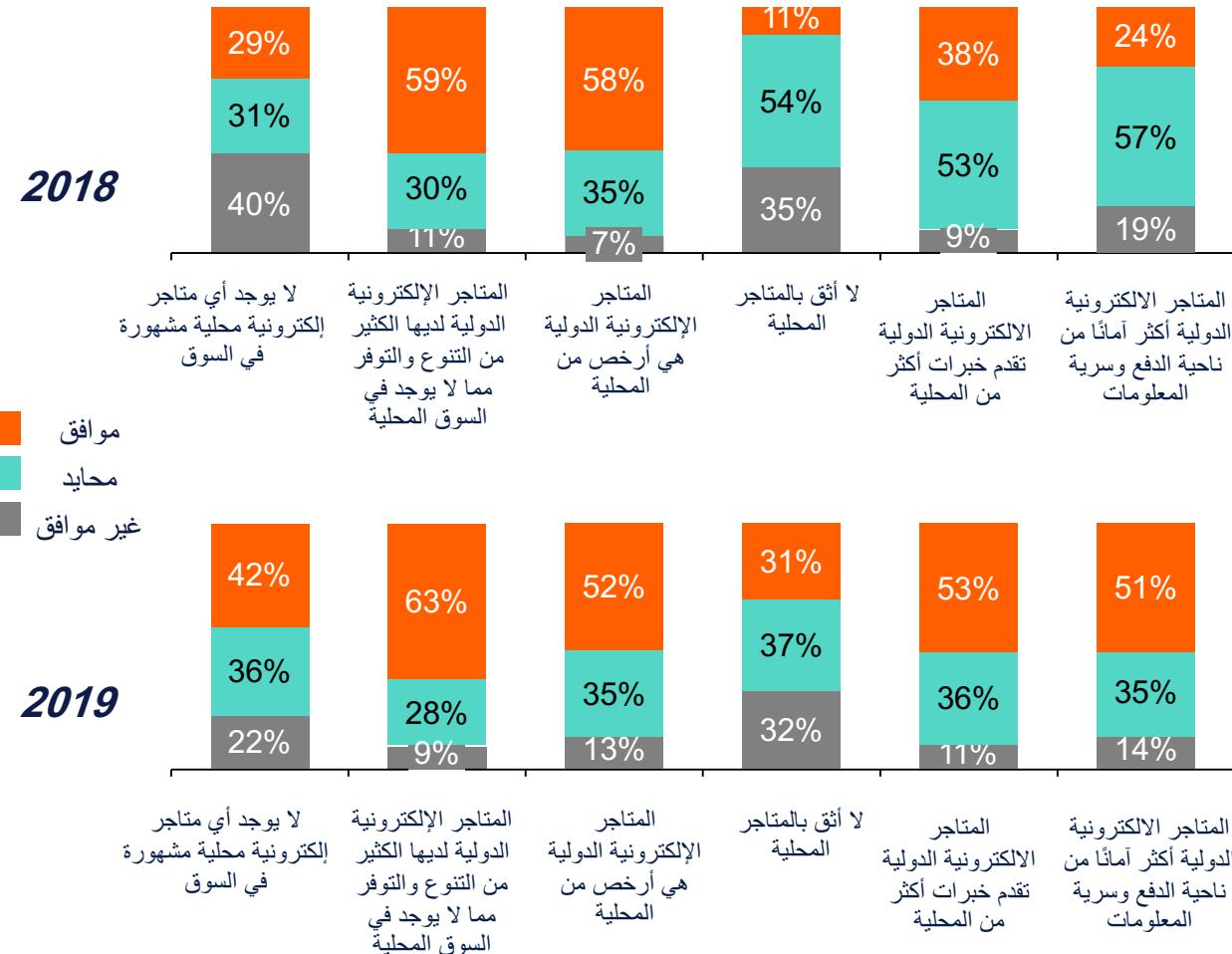
- مقارنة تواتر التسوق بين عامي 2018 و2019 نلاحظ تزايد طفيف في التسوق مرة واحدة على الأقل أسبوعياً عن طريق التجار القطريين، ويمكن تفسير ذلك من خلال تزايد النقل وخدمات توصيل الطعام لصالح المتسوقين.

- نلاحظ أيضاً تحولاً من مرة واحدة في الشهر ومرتين في السنة إلى مرة واحدة في السنة للمحلات التجارية الدولية مما يؤدي للوصول إلى أحد أهداف وزارة المواصلات والاتصالات وهو تقليل نشاط التجارة الدولية عبر الإنترنت.

المتاجر الإلكترونية الدولية والمحلية لعامي 2018 و2019

هناك تزايد ملحوظ في عدم الثقة في المتاجر المحلية والنظر إلى المتاجر الدولية على أنها أكثر أماناً وذلك في الفترة بين عامي 2018 و2019، بالنسبة للمتسوقين عبر الإنترن特 في قطر مما يسلط الضوء على الحاجة لعلامة آمنة للتجارة الإلكترونية.

س3 وجهة النظر الخاصة بالمتاجر الدولية مقارنة بالمتاجر المحلية - الملاحظات الرئيسية



الملاحظات الرئيسية

- وفقاً للبيانات الخاصة بعام 2018 كان هناك تزايداً في "أوافق" لجميع الاستطلاعات عن المتاجر الدولية مقارنة بالمحليات في عام 2019 عدا فيما يخص ميزة السعر.

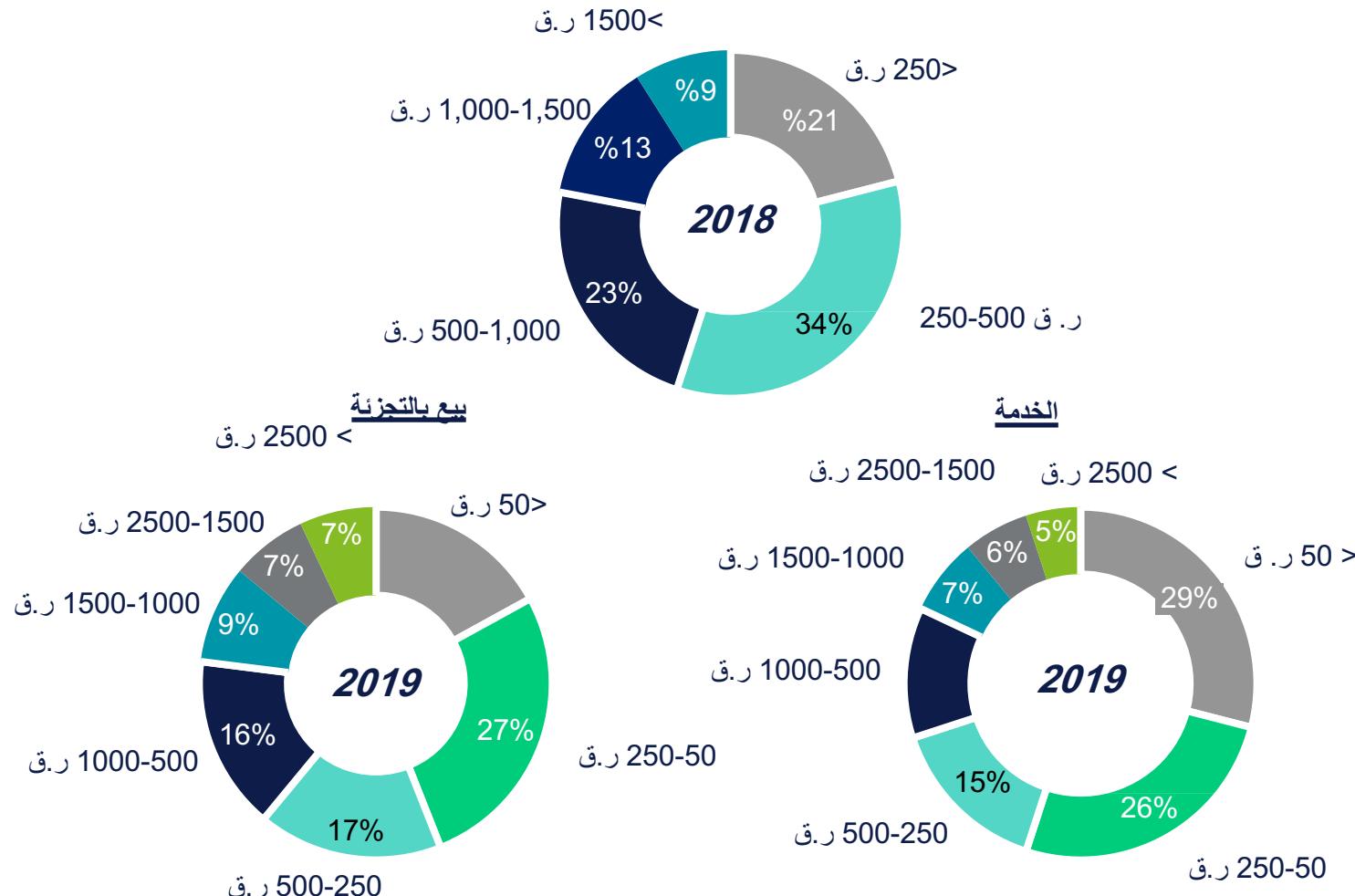
- هناك زيادة كبيرة في بيانات يبرهن الحاجة إلى وجود علامة تجارية إلكترونية في قطر وهي "لا أثق بالمتاجر المحلية" و "متاجر التجارة الإلكترونية الدولية أكثر أماناً من حيث الدفع وأمان البيانات"

- الثلاث أجوبة الأولى الخاصة بالموقع الدولي مقارنة بالمحلي هي أن العملاء يعتقدون أن "المتاجر الإلكترونية الدولية لديها توغاً ووفرة أكثر" وأن المتاجر الدولية الإلكترونية تقدم خبرة أفضل من المتاجر المحلية وأيضاً أن "المتاجر الإلكترونية الدولية أرخص من المتاجر الإلكترونية المحلية".

إنفاق التسوق عبر الإنترنٌت لعام 2018 مقابل 2019

أكثر من 25% من المتسوقين عبر الإنترنٌت ينفقون 50 إلى 250 ريال قطري على المنتجات وحوالي 30% ينفقون أقل من 50 ريال قطري على الخدمات عام 2019 مقارنة بنسبة 21% فقط ينفقون أقل من 250 ريال قطري عام 2018.

س5 متوسط المبلغ المدفوع لكل معاملة



الملاحظات الرئيسية

▪ في عام 2018 كان متوسط المبلغ الذي يتم إنفاقه لكل معاملة تسوق عبر الإنترنٌت هو 500-250 ريال قطري، بينما في عام 2019 كان مدى المبلغ المتكرر لمنتجات البيع بالتجزئة هو 250-50 ريال قطري وأقل من 50 ريال قطري للخدمات. نرى تغيراً في سلوك الإنفاق عندما يقوم الناس بالتسوق عبر الإنترنٌت لشراء منتجات ذات قيمة منخفضة.

إذا قمنا بمقارنة المشتريات التي تقل قيمتها عن 250 ريال قطري بين عامي 2018 و 2019 ، فقد لاحظنا زيادة كبيرة من 21٪ إلى 50٪ في المتوسط بينما انخفضت المشتريات ذات القيمة الأعلى بين 2018 و 2019.

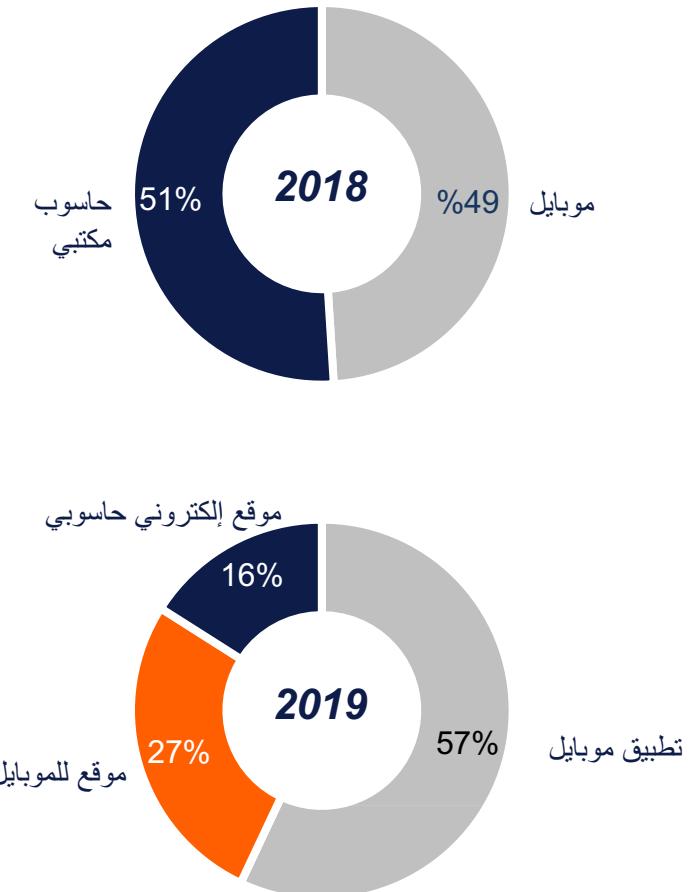
▪ نحن نفترض أن النطاق الخاص بصناعة الخدمات له قيمة منخفضة بسبب زيادة إمكانية الوصول إلى سيارات الأجرة / سيارات الليموزين إلى جانب أسعارها التنافسية.

القناة المفضلة للتسوق عبر الإنترنت

هناك تغير ملحوظ في القناة المفضلة للتسوق عبر الإنترنت في قطر حيث نسبة 57% من المتسوقين عبر الإنترنت يفضلون تطبيق الموبايل و نسبة 27% يفضلون موقع الموبايل الإلكتروني ونسبة 16% فقط يفضلون المواقع الإلكترونية للكمبيوتر عام 2019 بينما كانت هذه النسبة 51% عام 2018.

س8 القنوات المفضلة للتسوق عبر الإنترنت

الملاحظات الرئيسية



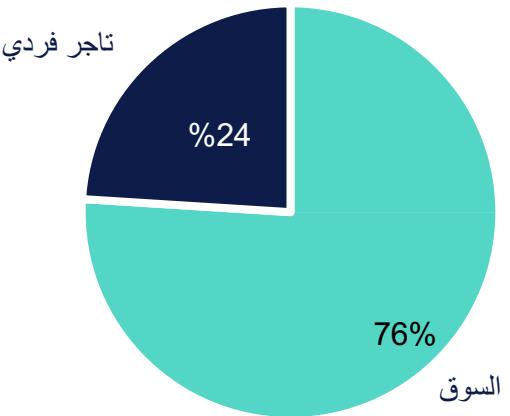
■ بالمقارنة بعام 2018 هناك تراجع ملحوظ في عدد متتسوقي الإنترنت الذين يفضلون استخدام الحاسوب المكتبي للتسوق عبر الإنترнет في عام 2019.

■ أكثر من 50% من المشاركون في الاستبيان يفضلون استخدام تطبيقات الموبايل للتسوق عبر الإنترنت والذي يسلط الضوء على أهمية الاستثمار في تطبيقات الموبايل. من المهم أن نوفر للمستخدم تجربة سلسة وأن نؤكد على تقديم الاهتمام الخاص بتجربة المستخدم. وكما نعلم فإن الهاتف النقال قد جعلت من التسوق عبر الإنترنت نشاطاً أكثر سهولة ويسهل الوصول إليه في جميع الأوقات.

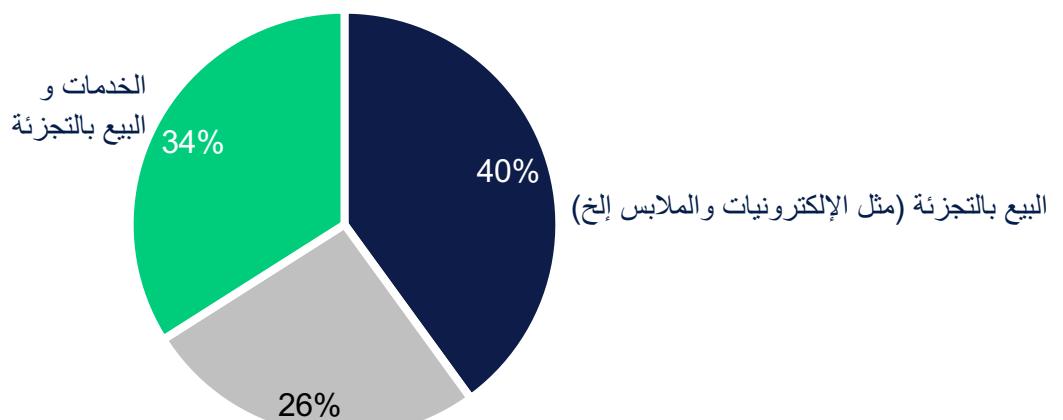
فضيلات التسوق: المنصات المفضلة والمنتجات الأكثر شراءً

يبدو أن منصة السوق (MarketPlace) (76%) مفضلة على منصة باع واحد في قطر ، إلى جانب الانتشار القوي لتجارة التجزئة مقارنة بالخدمات التي تقدم خدمات شراء بنسبة 26% فقط

س9 النوع المفضل من المنصات للتسوق عبر الإنترن特 للتسوق من خالله



س4 استخدام التجارة الإلكترونية لشراء المنتجات مقارنة بالخدمات



الملاحظات الرئيسية

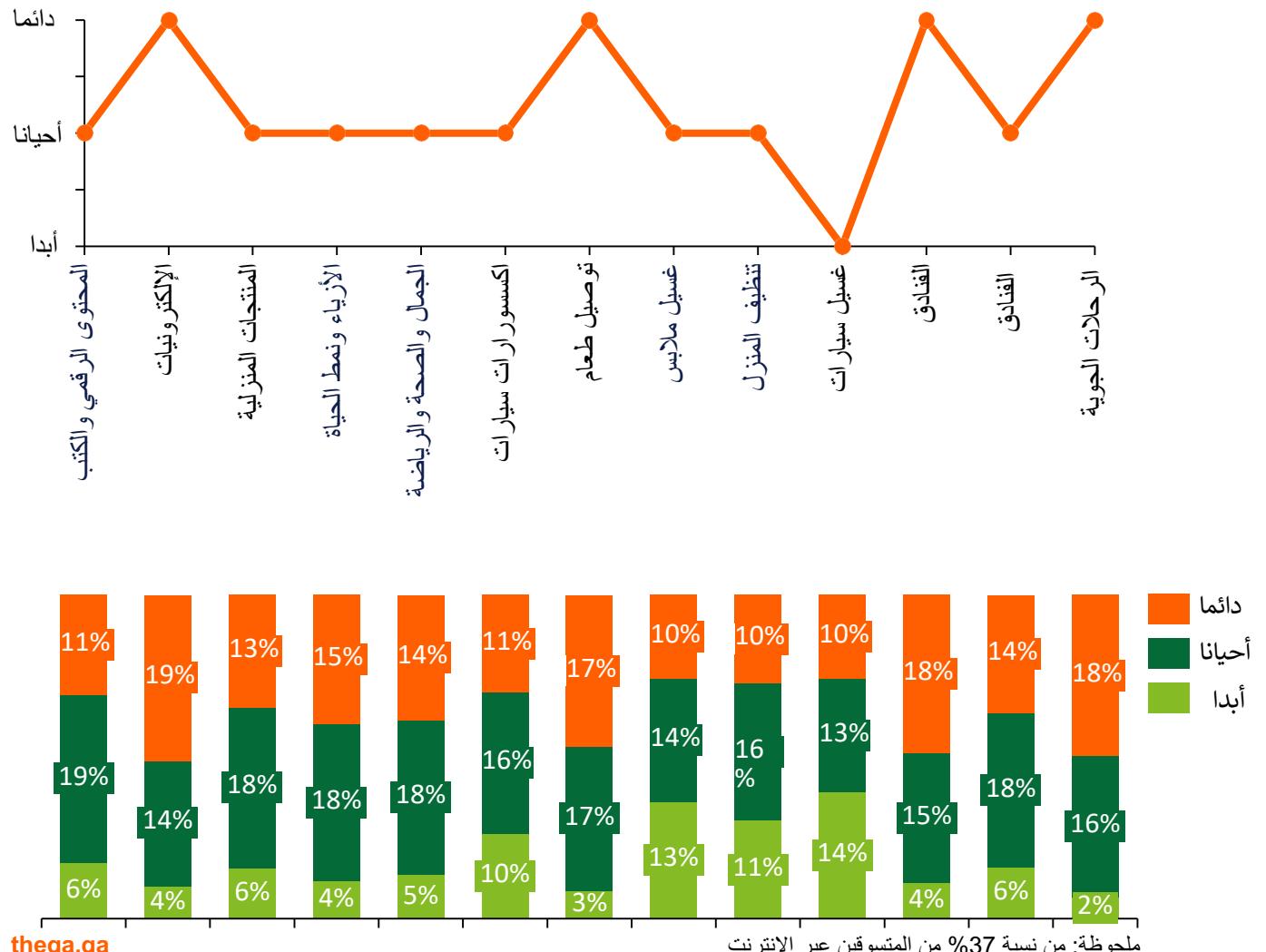
- أكثر من 75% من المتسوقين عبر الإنترنط يفضلون التسوق من منصة "السوق" أكثر من "التاجر الفردي" حيث يوفر السوق تنوعاً أكبر في المنتجات وتنوعاً في العلامات التجارية للاختيار من بينها. ونحن نشجع الشركات أن تتضمن منصات السوق أو تنشيء المزيد من المنصات لتلبية فضيلات المتسوقين

- نلاحظ أن نسبة قليلة تصل إلى 26% من المتسوقين عبر الإنترنط هم فقط من يقومون بشراء الخدمات مما يؤكد أن بيع التجزئة مازال هو المجال الأساسي على الإنترنط. في الحقيقة %40 يقومون بالشراء فقط من مجال البيع بالتجزئة حيث %34 يشترون من كلا الصناعتين.

توازن عملية الشراء عبر الإنترنـت

المنتجات والخدمات الأولى من حيث الشراء عبر الإنترنـت هي الإلكترونيات وحجز الرحلـات الجوية وطلب التاكسي أو الليموزـين وتوصيل الطعام بينما أقل المنتجـات طلـباً بين المنتجـات أو الخدمـات هي غـسيل السيـارات وغـسيل الملـابـس.

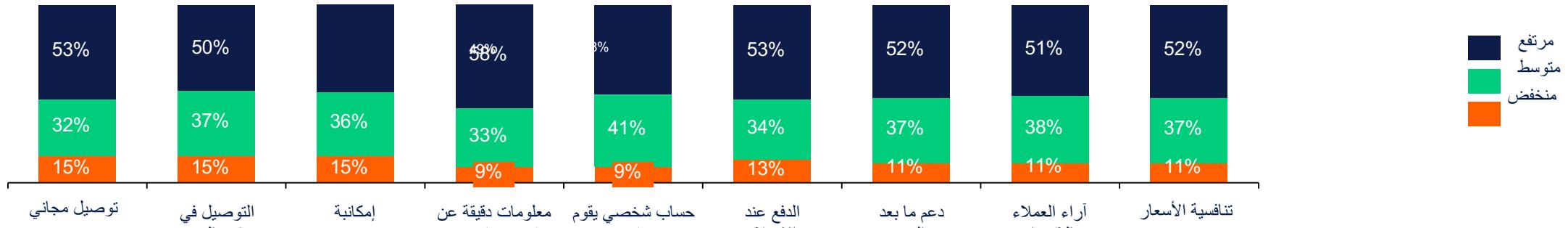
سـ6 و سـ7 كـم مـرة غالـباً يتم شـراء هـذه المنتجـات / الخـدمـات المـلاحظـات الرئـيسـية



العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند التسوق عبر الإنترنٌت

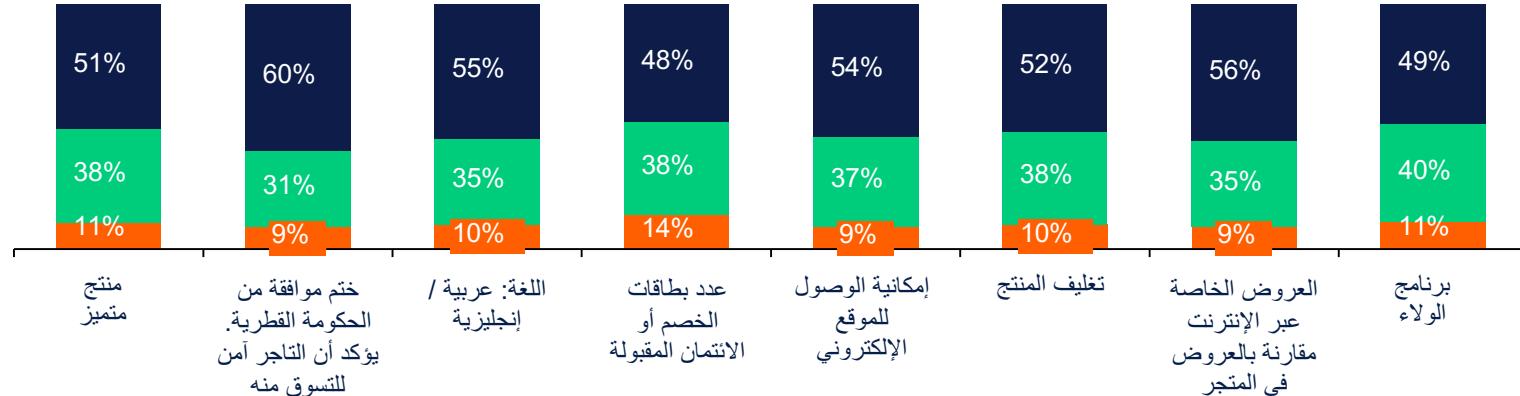
إن أكثر العوامل التي من شأنها أن تؤثر على اختيار المتسوقين عبر الإنترنط لإحدى منصات التسوق الإلكتروني للتسوق من خلالها هو موضوع تبت فيه الحكومة القطرية مما يؤكّد على الحاجة لعلامة آمنة للتسوق عبر الإنترنط في قطر.

س12 العوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند التسوق من منصة محلية للتسوق عبر الإنترن



الملحوظات الرئيسية

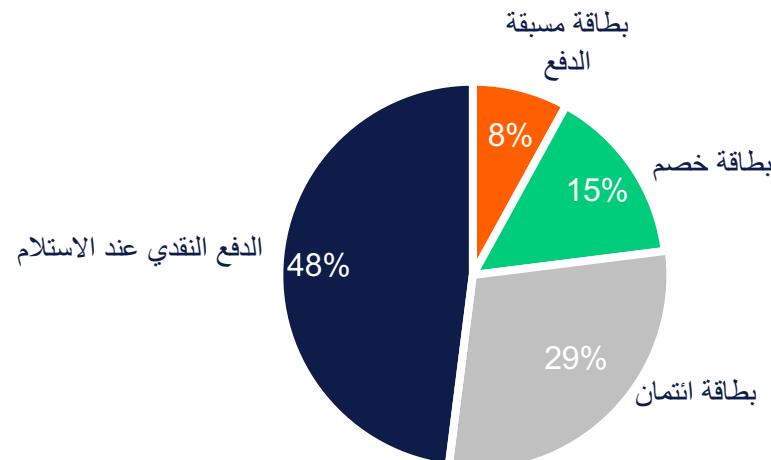
- على الرغم من أن جميع العوامل تبدو مهمة للمتسوقين عبر الإنترنت عند تحديد أي منصة يتسوقون منها ، فإن أهم ثلاثة عوامل يبدو أنها تؤثر على المتسوقين هي "ختم موافقة من الحكومة القطرية". "معلومات دقيقة عن المنتج ووصفه" و "عرض خاص" عبر الإنترنت مقابل المتجر ". هذا يبرز مرة أخرى الحاجة إلى علامة تجارية للتجارة الإلكترونية في قطر لتوفير راحة البال للمتسوقين.



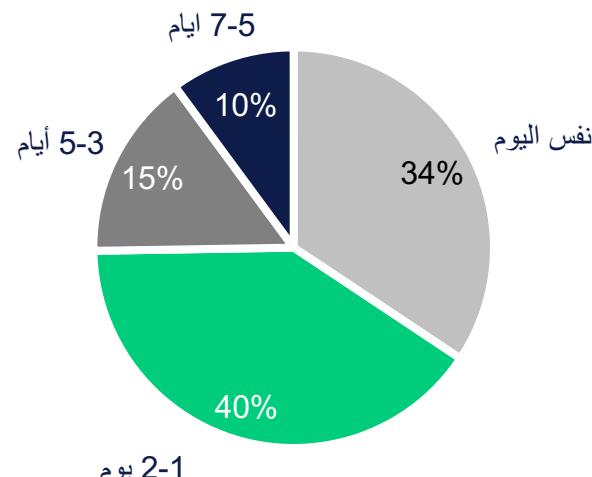
الوسائل المفضلة للدفع ووقت التوصيل

تقريباً نصف المتسوقين عبر الإنترنط في قطر يفضلون دفع المستحقات نقدياً عند التوصيل وحوالي 75% يعتقدون أن التوصيل من خلال متاجر إلكترونية محلية ينبغي أن يكون في نفس اليوم أو خلال يوم أو يومين.

س 10 وسائل الدفع المفضلة عند التسوق الإلكتروني



س 14 المدى المقبول لوقت التوصيل لمنتج ما من متجر إلكتروني محلي 10%



الملاحظات الرئيسية

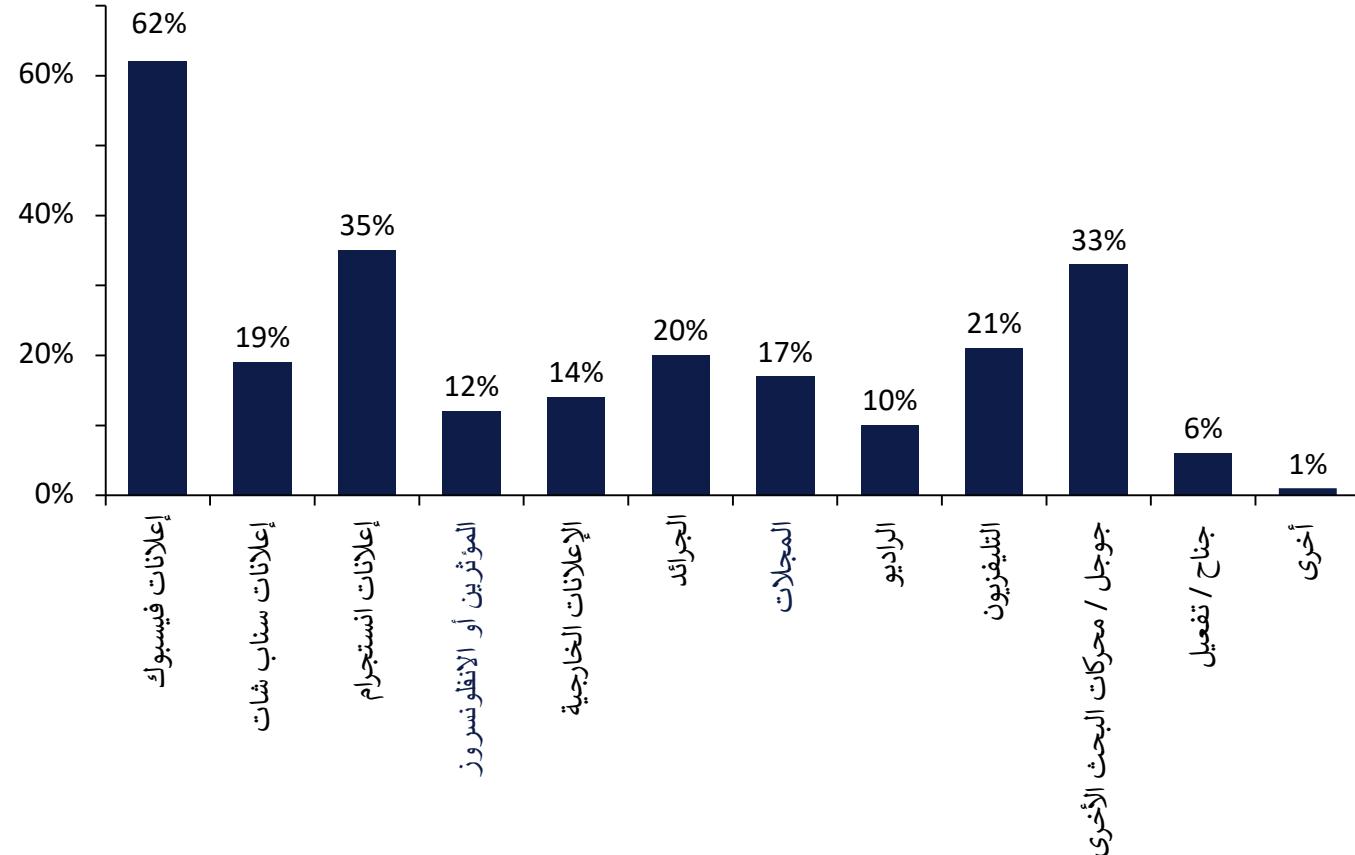
- الدفع نقدياً عند الاستلام هو الوسيلة الأكثر تفضيلاً ويليها الدفع عبر بطاقة الائتمان في قطر. من المهم للتجار أن يكون لديهم وسائل متعددة للدفع على منصات التسوق الخاصة بهم وأهمها الدفع عند الاستلام.
- 40% من المتسوقين المحليين عبر الإنترنط يرون أن وقت التوصيل المقبول لديهم هو من يوم إلى يومين وثلث المتسوقين عبر الإنترنط يرون أن التوصيل يجب أن يتم في نفس اليوم في حال عمليات الشراء المحلية.
- يُنظر إلى وقت التسليم على أنه عنصر مهم يسهم في سوء خدمة العملاء وينبغي إعطاؤه أهميته عند النظر في رحلة العميل.

القناة المفضلة للتواصل

يأتي على رأس قائمة قنوات التواصل للمتاجر الإلكترونية الجديدة والمنتجات الجديدة والعروض هي إعلانات فيسبوك ويليها انستجرام وإعلانات جوجل جميعها بنفس النسب

س15 يأتي على رأس قائمة قنوات التواصل للمتاجر الإلكترونية الجديدة والمنتجات الجديدة والعروض في قطر

الملاحظات الرئيسية



إن أكثر 3 وسائل للتواصل يفضل المتسوقون عبر الإنترنت التعرف على المتاجر الإلكترونية الجديدة والمنتجات الجديدة والعروض هي إعلانات فيسبوك وإعلانات انستجرام وإعلانات جوجل.

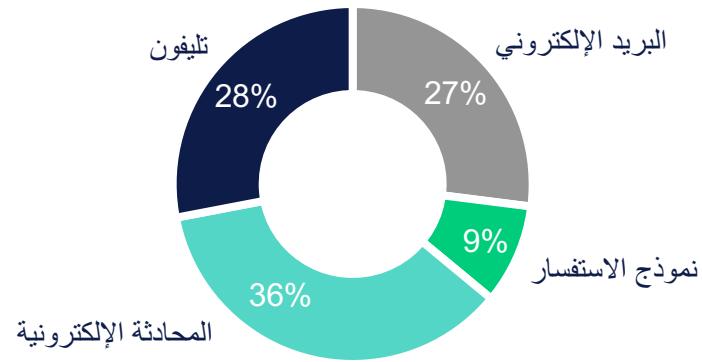
تدرج أهم 3 قنوات اتصال في التسويق الرقمي مع إبراز أهمية التحول الرقمي في التجارة الإلكترونية مثل جميع الصناعات

أقل القنوات تفضيلاً للتواصل حول متاجر الكترونية جديدة ومنتجات جديدة والعروض هي "جناح أو كشك/التفعيل"، "الراديو" و"المؤثرين".

وسائل التواصل المفضلة وتواتر التواصل

يفضل المتسوقون عبر الإنترنت في قطر إرسال الاستفسارات والشكوى من خلال محادثة إلكترونية ويبدو أنهم يقدرون الحديث والتواصل المترافق / الدوري حيث أكثر من 50% من المتسوقين عبر الإنترنت يرغبون في الحصول على نشرة إخبارية بشكل أسبوعي

س 16 الاستفسارات والشكوى عن التسوق الإلكتروني



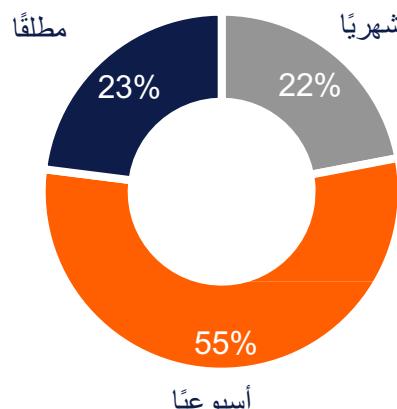
الملاحظات الرئيسية

إن غالبية المتسوقين عبر الإنترنت يفضلون تقديم الاستفسارات والشكوى من خلال محادثة إلكترونية فهي تعد أكثر وسائل التواصل ملائمة وتتوفر الرد السريع.

أقل وسائل التواصل تفضيلاً للاستفسارات والشكوى هي نموذج الاستفسار ويليه البريد الإلكتروني ويرجع ذلك إلى عدم توفر رد فوري.

أكثر من 50% من المتسوقين عبر الإنترنت يفضلون استلام نشرة إخبارية أسبوعية وبالمقابل 20% يفضلون الشهرية مما يدل على أن المتسوقين عبر الإنترنت يقدرون التواصل المترافق مع المتاجر الإلكترونية.

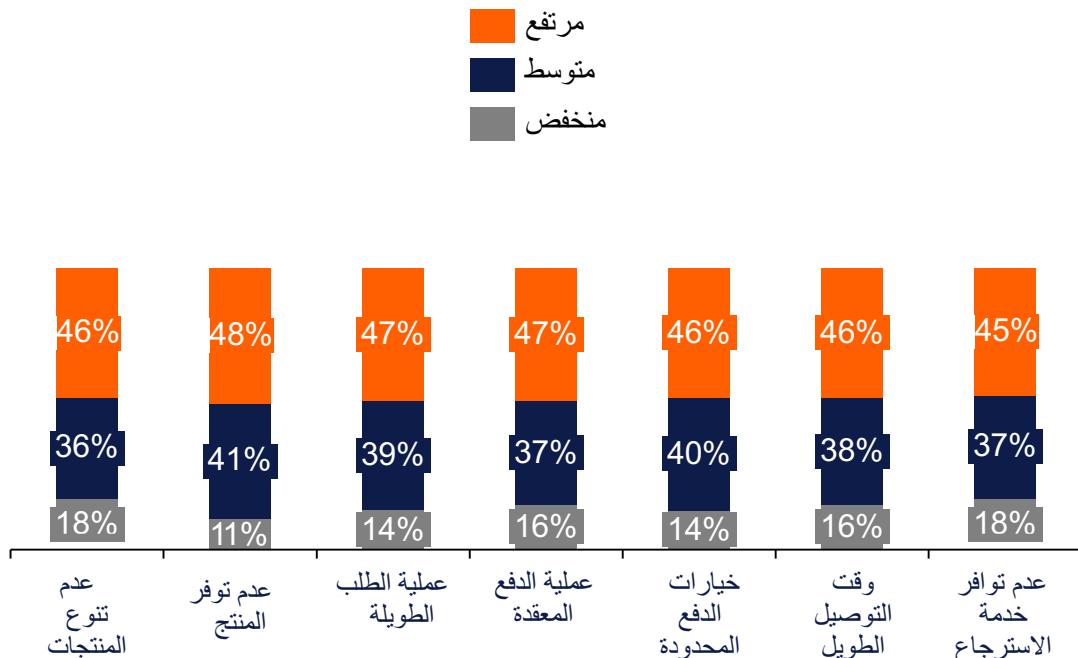
س 17 استلام نشرة إخبارية عن طريق البريد الإلكتروني للسوق الإلكتروني



عوامل خدمة العملاء السيئة

يمكن تحسين خدمة العملاء الضعيفة من خلال التغييرات الطفيفة مع العامل الأكثر المساهمة في قطر وهو عدم توفر المنتجات تليها عملية دفع معقدة وطول مدة الطلب

س13 العوامل التي تساهم في خلق خبرة عميل سيئة في التسوق عبر الإنترنط



الملاحظات الرئيسية

على الرغم من أن جميع العوامل تساهم في ضعف خدمة العملاء ، فإن أهم ثلاثة عوامل تشمل "عدم توفر المنتج" و "عملية الدفع المعقدة" و "عملية الطلب المطولة".

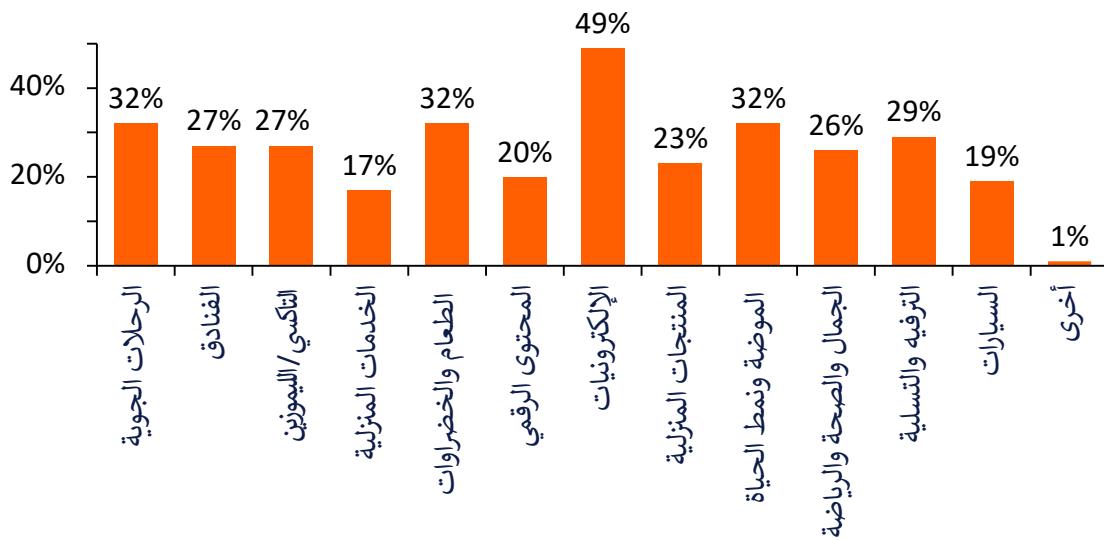
يجب أن يحاول التجار عبر الإنترنط الاستثمار في اثنين من هذه العوامل لضمان تمتع عملائهم برحلتهم عبر المنصة والعودة إلى التسوق مرة أخرى.

ننصح التجار أن يدرسوا عملية الدفع بضغطة واحدة وأن يقللوا خطوات الطلب على منصاتهم

المنتجات المطلوبة في التسوق الإلكتروني

يرغب المتسوقون عبر الإنترن特 في قطر في رؤية المزيد من الإلكترونيات والمواد الغذائية والأزياء وأسلوب الحياة وشركات السفر والطيران عبر الإنترن特 ، ويبدو أنهم يهتمون أكثر بالخدمات المنزلية وإكسسوارات السيارات والمحتوى الرقمي عبر الإنترن特

س 11 أنواع المنتجات والخدمات التي يرغب المتسوقين في توادها أكثر للتسوق الإلكترونياً



يبدو أن المتسوقين عبر الإنترنرت يرغبون في وجود متاجر الإلكترونية أكثر في قطر تبيع الإلكترونيات والطعام والخضروات والموضة ونمط الحياة ورحلات الطيران.

أقل الفئات تفضيلاً لإثرائها على منصات التسوق عبر الإنترنرت في قطر هي "الخدمات المنزلية" و"السيارات" و"المحتوى الرقمي".

شكراً لكم

ص.ب 24455، الدوحة - قطر
T +974 4045 1111 info@motc.gov.qa motc.gov.qa