

# مدى إستخدام القطاع التجاري في عمّان لتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات

دراسة ميدانية أعدتها

**غرفة تجارة عمان**  
إدارة الدراسات والتدريب / وحدة الدراسات والإتفاقيات الدولية

**كانون أول / 2003**

**فريق البحث**

عماد ملّحس ، عبدالله عطية ، صبري الخصيب ، مأمون صيدم ، أريج دياب ، سهر هنداي

## الفهرس

- المقدمة.....1
- أهداف الدراسة.....3
- منهجية العمل وآليته.....3
- إحصائية بأعداد الإستبانات الموزعة والراجعة(المعبأة).....5
- تحليل إجابات الإستبانات.....6
- المعوقات ، الإستنتاجات ، التوصيات.....32
- ملحق: كشوف تفرغ إجابات الإستبانات لكل درجة.....35

## مقدمة :

إستأثر موضوع التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأهمية خاصة خلال السنوات الماضية ، وشكل توجهاً عالمياً جديداً سعت معظم دول العالم لتوفير متطلبات وعناصر البنية التحتية اللازمة لتطوره ، بحيث يمكن لاقتصاديات معظم دول العالم الاستفادة منه خاصة في تسهيل التعاملات التجارية الدولية والمحلية 0

وتشير الأرقام الإحصائية إلى أن حجم التجارة العالمية التي تمت عبر الانترنت بلغت حسب إحصائيات عام 2002 حوالي ( 135 ) مليار دولار ، بلغت حصة الدول العربية منها ( 3 ) مليار دولار فقط 0 ويقدر معدل نمو التجارة الالكترونية عربياً بنحو 15% سنوياً مقابل 300% عالمياً 0 ويتوقع مع نهاية عام 2003 أن يبلغ حجم التجارة الالكترونية العربية حوالي ( 5 ) مليار دولار مقابل ( 31 ) تريليون عالمياً 0 ووصل عدد مستخدمي الانترنت في نهاية عام 2002 حوالي ( 655 ) مليون شخص عبر العالم 0

وتشير الدراسات إلى أن معظم عمليات التجارة الالكترونية في العالم تتم في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية ، حيث تستحوذ الولايات المتحدة على أعلى نسبة إذ وصلت إلى 80% من هذه العمليات بينما بلغت في أوروبا الغربية 15% و 5% في آسيا ، حيث تتم نسبة كبيرة منها في اليابان 0 وتتركز عمليات البيع أو الشراء من خلال الانترنت بين شركة وأخرى حيث بلغت نسبة هذا التعامل حوالي 80% من مجمل التجارة الالكترونية، وبدأ التحول يتركز حديثاً بين الشركة والمستهلك ، إذ بدأ العديد من الشركات بتطوير تقنياته بحيث يتمكن المستهلكون من الاستفادة من هذه التقنية في جميع أنحاء العالم ، خاصة بعد أن حلت أساليب التسوق والبيع والشراء التكنولوجية الحديثة محل أساليب التسوق والبيع والشراء السابقة ، مما كان له ابلغ الاثر في اختصار الوقت والتكاليف على أطراف عمليات البيع والشراء 0

واستجابة للمتغيرات الدولية العلمية والتكنولوجية ، خطى الأردن خطوات كبيرة من اجل النهوض بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، بإعتباره مطلباً ضرورياً يساعد الأردن في تعزيز وضعه التنافسي على كافة المستويات من خلال مجموعة من المبادرات والبرامج التي قامت بها الحكومة بالتعاون مع القطاع الخاص لإعتماد وإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافة مناحي الحياة، إضافة إلى برامج التطوير الهادفة إلى تحسين كفاءة وأداء مؤسسات الدولة.

ولدعم قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في الاردن فقد تم تحويل غرفة تجارة عمان الى غرفة الكترونية لتكون من اوائل الغرف في الوطن العربي التي تتحول الى العمل الالكتروني ومن اوائل المؤسسات الاردنية التي تتبنى هذا النهج، حيث تهدف الغرفة الالكترونية الى التواءم مع متطلبات تحول الحكومه الى حكومة الكترونية وتوفير الخدمات لاعضاءها بسرعة وشفافية وتوفير خدمات تجديد الاشتراكات للمؤسسات الاردنيه واطلاعها على الفرص التجارية والمعارض المحلية والعالمية 0

وانطلاقاً من حرص غرفة تجارة عمان على تطوير الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى أعضائها من الهيئة العامة فقد تم إدراج هذه الدراسة ضمن خطة وحدة الدراسات لديها ، للتعرف على هذه الإمكانيات والقدرات وتحديد نقاط الضعف والقوة في هذا المجال ، خاصة وأن العديد من الشركات ومؤسسات الأعمال يحرص اشد الحرص على مواكبة التطورات العالمية في التجارة الالكترونية ، انطلاقاً من رغبة في زيادة مبيعاته وتحسين صورته أمام العملاء والبحث عن عملاء جدد والحصول على السلع والخدمات بالطرق والوسائل الحديثة 0 لذا فقد جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على الإمكانيات المتوفرة في هذا القطاع وكذلك الاحتياجات والعوائق التي تحول دون تطبيق التقنيات الحديثه ، سيما وأن الأردن أصدر عام 2002 قانون المعاملات الالكترونية الذي عرف المعاملات الالكترونية والمفاهيم المتصلة بها ومدى انطباق القانون عليها 0

إن القطاع التجاري بجميع فعالياته يمثل الحلقة الرئيسة المعنية باستخدام وسائل وتقنيات التجارة الإلكترونية الحديثة في جميع معاملاته التجارية داخلياً وخارجياً ، خاصة بعد توقيع الأردن العديد من اتفاقيات التجارة الحرة الدولية والإقليمية والثنائية واستجابته للتحديات والمتغيرات الاقتصادية العالمية ، مما يتطلب تأهيل قطاع التجارة الأردني وتطويره باستمرار.

وفي الوقت الذي نأمل فيه أن تشكل هذه الدراسة إضافة علمية متخصصة تغطي قطاعاً اقتصادياً مهماً يؤثر ويتأثر بتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية ، فإن الأمل يحدونا أيضاً في أن تشكل أسهماً علمياً يساعد على وضع البرامج والخطط الفنية على المستويين الوطني والقطاعي للنهوض بالقطاع التجاري بجميع شرائحه وفعالياته 0

ونتوجه بالشكر والتقدير الى جميع الشركات والمؤسسات التجارية التي تعاونت مع فريق البحث، وقامت بتعبئة الاستبانة، وتقديم المعلومات اللازمة، والتي أسهمت في تحقيق اهداف الدراسة.

## أهداف الدراسة :

- تهدف هذه الدراسة غير المسبوقه إلى تحقيق ما يلي :
1. التعرف على مستوى استخدام تجار مدينة عمان من الدرجات المختلفة لأجهزة التكنولوجيا الحديثة في أعمالهم التجارية ، ولتكنولوجيا المعلومات بصفة خاصة .
  2. معرفة مدى تعامل التجار ب( التجارة الإلكترونية ) من خلال شبكة الأنترنت ، من حيث الترويج لسلعهم وخدماتهم ، وتسويقها ، وكذلك في عمليتي الاستيراد والتصدير .
  3. الوقوف على المشاكل والعقبات التي تعترض طريق التجار في مجال استخدام التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات ، واقتراح الحلول المناسبة لها .
  4. استجلاء آراء التجار في التعاملات الإلكترونية مع غرفة تجارة عمان ، ومعرفة ملاحظاتهم بشأن الموقع الإلكتروني للغرفة ، واقتراحاتهم لتطوير الخدمات الإلكترونية التي تقدمها .

## منهج العمل وأليته :

بناء على اقتراح مقدم من وحدة الدراسات والاتفاقيات الدولية في إدارة الدراسات والتدريب وموافقة مجلس إدارة الغرفة ، تم إدراج هذه الدراسة ضمن برنامج الدراسات التي تقرر إنجازها خلال العام 2003 . وقد قام فريق البحث المكون من مدير إدارة الدراسات والتدريب ورئيس وحدة الدراسات والاتفاقيات الدولية وعدد من الباحثين الاقتصاديين وموظفي الوحدة بالتخطيط للدراسة وتحديد مراحل تنفيذها ، وتوزيع المهام ، ضمن منهجية العمل الجماعي والتفاعل المستمر . كما عقد فريق البحث عدداً من اجتماعات التشاور وإبداء الرأي والمتابعة خلال فترة إنجاز الدراسة التي دامت ما يقرب من سبعة شهور .

بدأ الفريق عمله مع بداية العام 2003 ، بإعداد استبانة خاصة ، مكونة من أربع وعشرين سؤالاً متعلّفاً بموضوع الدراسة ( الاستبانة مرفقة ) ، وأتبّع آلية العمل التالية لتوزيعها واسترجاعها:

### أولاً : طرق توزيع الاستبانة :

1. التوزيع الميداني : تم تكليف أحد أعضاء الفريق من الباحثين الاقتصاديين ، بالقيام بجولات ميدانية شملت عدداً كبيراً من الشركات والمؤسسات التجارية من مختلف الدرجات والمهن ، وفي مناطق عمان المختلفة ، وذلك ضمن عينات عشوائية ، وأخرى منتقاة .
2. التوزيع من خلال الدورات التدريبية التي نظمتها غرفة تجارة عمان لأعضاء هيئتها العامة من الشركات والمؤسسات التجارية من مختلف الدرجات والمهن ، حيث شملت عملية التوزيع جميع المشاركين في الدورات التدريبية دون استثناء ، وذلك منذ بداية العام وحتى التوقف عن توزيع وجمع الاستبانات .
3. الاستفادة من توافد جموع التجار خلال الربع الأول من العام ، لتسديد التزاماتهم المالية وتحديث المعلومات المتعلقة بشركاتهم ومؤسساتهم ، حيث تم توزيع مئات من الاستبانات على عينة منتقاة من المراجعين ، وبخاصة أصحاب الأعمال والمدراء القادرين على إعطاء المعلومات الدقيقة من خلال تعبئة الاستبانات الخاصة بالدراسة ، أثناء وجودهم في الغرفة ، أو تسليمها في فترة لاحقة ، وقد اشترك بعض أعضاء فريق البحث مع موظفي إدارة خدمات الأعضاء في الغرفة في اختيار أفراد العينة وفي عمليتي التوزيع والجمع .
4. التوزيع من خلال ( الفاكس ) ، حيث تم إرسال عدد من الاستبانات عبر هذه الوسيلة الى عينة منتقاة ، وأخرى عشوائية من النقابات والاتحادات والجمعيات والروابط التجارية ، وكذلك من الشركات والمؤسسات المسجلة في الغرفة ، وذلك في فترات مختلفة خلال المرحلة الأولى من تنفيذ مخطط الدراسة.

ثانياً : تمّت استعادة الاستبانات المعبّأة امّا بالتسليم المباشر ، أو عن طريق الفاكس ، أو بالبريد .

ثالثاً : كلف أحد أعضاء فريق البحث بالتنسيق بين أعضاء الفريق فيما يتعلق بعملية توزيع الاستبانات وجمعها ، وبالاحتفاظ بها لديه ، حتى تكون مجمّعة في مكان واحد.

رابعاً : حدّد فريق البحث يوم 2003/2/23 موعداً لبدء عملية توزيع الاستبانات ، ولم يلزم نفسه منذ البداية بعدد معيّن من الاستبانات التي ينبغي توزيعها ، بل حدّد بداية شهر أيلول موعداً للتوقف عن عملية التوزيع ، بدلاً كل جهد مستطاع لجمع أكبر عدد من الاستبانات الراجعة.

خامساً: راعى فريق البحث في عملية توزيع الاستبانات ، أن تشمل درجات التجار المسجلين في غرفة تجارة عمان ، من الممتازة وحتى الرابعة ، وفقاً لنسبة تسجيل كل منها في الغرفة ، وهي على النحو التالي :

1. الدرجة الممتازة	50000 دينار أو أكثر	ونسبة تسجيلها 4,5%
2. الدرجة الأولى	25000 - 49999 دينار	ونسبة تسجيلها 3,8%
3. الدرجة الثانية	15000 - 25000 دينار	ونسبة تسجيلها 1,3%
4. الدرجة الثالثة	5000 - 14999 دينار	ونسبة تسجيلها 25%
5. الدرجة الرابعة	500 - 4999 دينار	ونسبة تسجيلها 63,5%
6. الدرجة الخامسة	أقلّ من 500 دينار	ونسبة تسجيلها 1,6%

## إحصائية بأعداد ونسب الاستبانات الموزعة والراجعة ( المعبأة ) :

يبين الجدول التالي أعداد ونسب الاستبانات الموزعة بالطرق المختلفة ومجموعها 1542 استبانة ، وأعداد ونسب الاستبانات الراجعة المعبأة ومجموعها 400 استبانة ، ونسبتها 26% من مجموع الاستبانات الموزعة :

نسبتها	عدد الإستبانات الراجعة المعبأة	نسبتها	عدد الإستبانات الموزعة	طرق التوزيع
61%	244	18%	278	التوزيع الميداني
25.7%	103	33.6%	518	الدورات التدريبية للتجار
6.3%	25	15.3%	236	إدارة خدمات الأعضاء
6%	24	12.4%	191	من خلال الفاكس
1%	4	20.7%	319	من خلال النقابات
100%	400	100%	1542	المجموع

- أما أعداد الاستبانات الراجعة المعبأة ونسبها حسب درجات الشركات والمؤسسات فهي كما يلي :
- الدرجة الممتازة : 44 استبانة ، بنسبة 11% من مجموع الاستبانات المستردة .
  - الدرجة الأولى : 37 استبانة ، بنسبة 9,2% من مجموع الاستبانات المستردة .
  - الدرجة الثانية : 11 استبانة ، بنسبة 2,8% من مجموع الاستبانات المستردة .
  - الدرجة الثالثة : 177 استبانة ، بنسبة 44,2% من مجموع الاستبانات المستردة .
  - الدرجة الرابعة : 131 استبانة ، بنسبة 32,8% من مجموع الاستبانات المستردة .

## تحليل إجابات الإستبانة

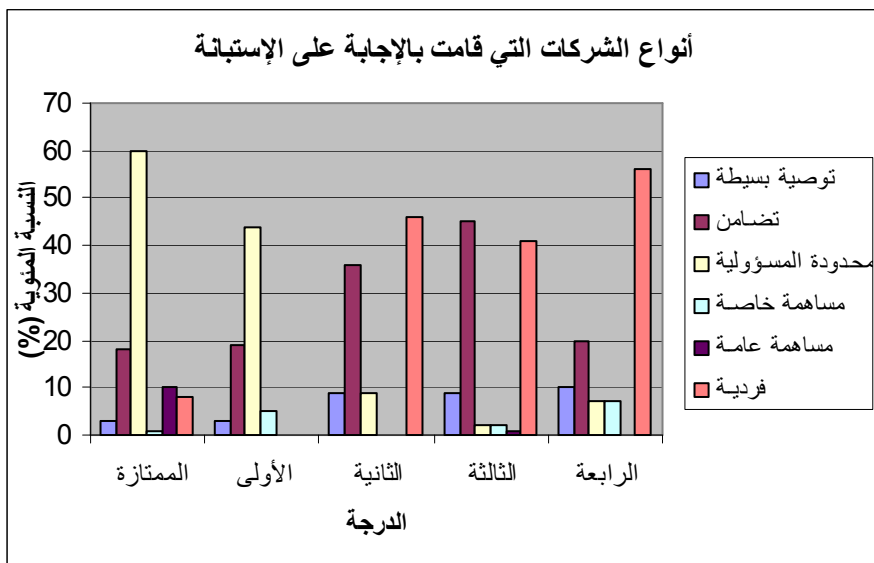
### نوع الشركة:

(%)

الدرجة	توصية بسيطة	تضامن	محدودة المسؤولية	مساهمة خاصة	مساهمة عامة	فردية
الممتازة	3	18	60	1	10	8
الأولى	3	19	44	5	0	0
الثانية	9	36	9	0	0	46
الثالثة	9	45	2	2	1	41
الرابعة	10	20	7	7	0	56

جدول رقم (1)

تعددت أنواع الشركات من العينة التي تم إستهدافها للإجابة على الإستبانة لتشمل معظم أنواع الشركات والمؤسسات العاملة ، إلا أن الدرجات التي تنتمي إليها هذه الشركات كانت (إلى حد معين) معياراً لتحديد أنواعها ، حيث من الواضح أن الدرجة الممتازة تضمنت (60%) من الشركات محدودة المسؤولية - نظراً لإرتفاع رؤوس أموال هذه الشركات ، فيما تضمنت الدرجة الأولى ما نسبته (44%) من الشركات محدودة المسؤولية ، أما الدرجة الثانية فقد كانت الغالبية منها (46%) من المؤسسات الفردية ، في حين تضمنت الدرجة الثالثة ما نسبته (45%) من شركات التضامن و (41%) من المؤسسات الفردية ، وبخصوص الدرجة الرابعة فقد كانت الأغلبية منها ضمن المؤسسات الفردية حيث شكلت ما نسبته (56%) ويعزى ذلك إلى أن معظم هذه المؤسسات هي من المؤسسات الصغيرة التي تقوم بنشاطات محدودة وبرؤوس أموال متواضعة 0





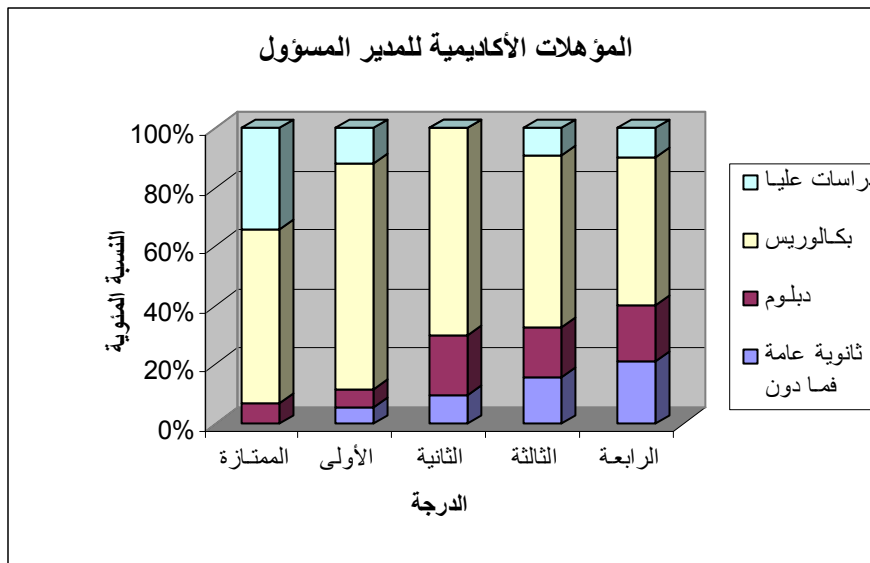
## المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

(%)

الدرجة	ثانوية عامة فما دون	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
الممتازة	0	7	59	34
الأولى	6	6	76	12
الثانية	10	20	70	0
الثالثة	16	17	58	9
الرابعة	21	19	50	10

جدول رقم (2)

يُلاحظ من الجدول أعلاه ، أن المؤهلات العلمية للمدراء المسؤولين في مختلف درجات الشركات التي تم إستهدافها ضمن العينة ، تتركز على حملة شهادة البكالوريوس ، وهي الشهادة الجامعية الأولى التي تعتبر الشهادة الرئيسة التي تؤهل حاملها للبدء بالحياة العملية بشكل عام 0 وإذا ما تم إستعراض الجدول أعلاه ، نجد أن الدرجة الرابعة تضم أكبر نسبة من بين باقي الدرجات من المدراء المسؤولين الذين نقل مؤهلاتهم العلمية عن الثانوية العامة - وهو وضع طبيعي لهذا النوع من الشركات التي يكون نشاطها التجاري محدوداً ولا تتطلب إدارتها مهارات عالية ، أما المدراء الحاصلون على شهادات الدراسات العليا فتركز نسبتهم البالغة (34%) في شركات الدرجة الممتازة ذات رؤوس الأموال المرتفعة والتي تتطلب إدارتها مهارات مميزة تتناسب مع طبيعة النشاط التي يمارسه هذا النوع من الشركات 0



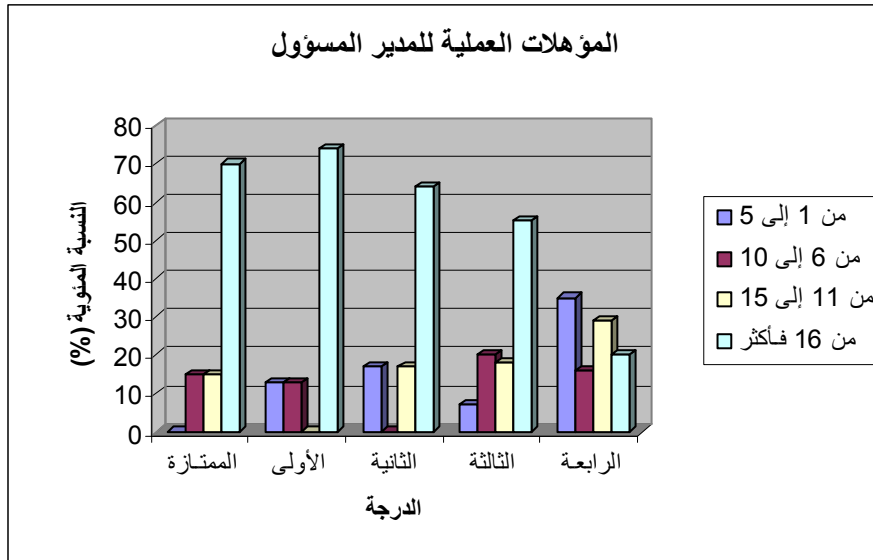
## المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

(%)

الدرجة	5-1 سنوات	10-6 سنوات	15-11 سنة	16 سنة فأكثر
الممتازة	0	15	15	70
الأولى	13	13	0	74
الثانية	17	0	17	64
الثالثة	7	20	18	55
الرابعة	35	16	29	20

جدول رقم (3)

من الملاحظ أن المؤهلات العملية وعدد سنوات الخبرة للمدراء المسؤولين في معظم الدرجات تتجاوز الـ (16 سنة فما فوق) ، باستثناء الدرجة الرابعة التي تتركز عدد سنوات الخبرة لمدراءها وبنسبة (35%) دون الـ (5 سنوات) ، ويتضح من ذلك أن القائمين على الشركات في الدرجة الرابعة (ضمن العينة المستهدفة) هم من التجار المبتدئين ، أما شركات الدرجة الأولى فتتمتع بالنسبة الكبرى (74%) من المدراء الذين تزيد عدد سنوات الخبرة لديهم عن (16) سنة ، تليها شركات الدرجة الممتازة بنسبة (70%) ، ثم الدرجة الثانية بنسبة (64%) ، والثالثة بنسبة (55%) و (0%)



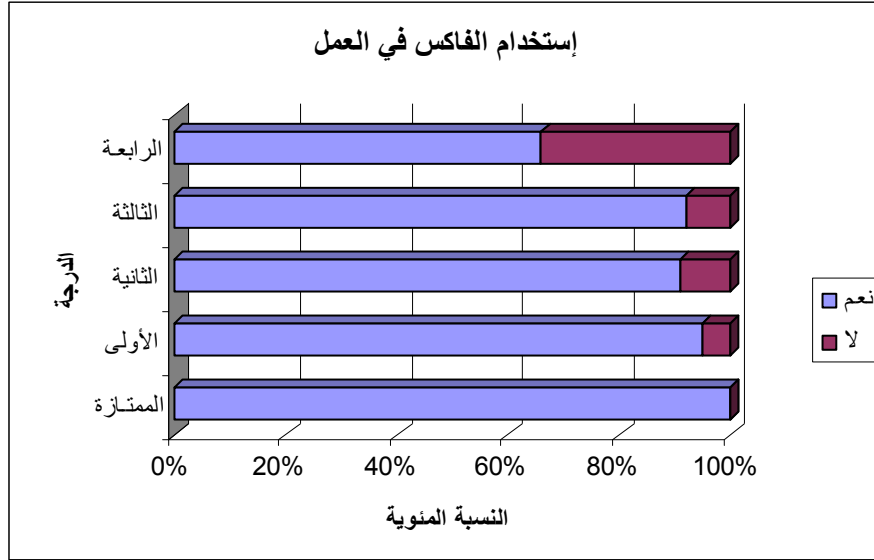
## 1- هل تستخدم جهاز فاكس في عملك؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	100	95	91	92	66
لا	0	5	9	8	34

جدول رقم (4)

تتمتع الدرجة الممتازة بنسبة (100%) من الشركات التي تستخدم (فاكس) في عملها ، تليها الدرجة الأولى بنسبة (95%) ، و(91%) و(92%) للدرجتين الثانية والثالثة على التوالي، ويعتبر إرتفاع هذه النسب طبيعياً لما لجهاز الفاكس من أهمية كبرى في ممارسة النشاط التجاري بثتى مجالاته 0 أما شركات الدرجة الرابعة فيستخدم الفاكس (66%) منها فقط 0 وهذه أمر طبيعي أيضاً إذا ماتم الأخذ بعين الإعتبار حجم هذه الشركات ومحدودية نشاطها التجاري 0



## 2- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟

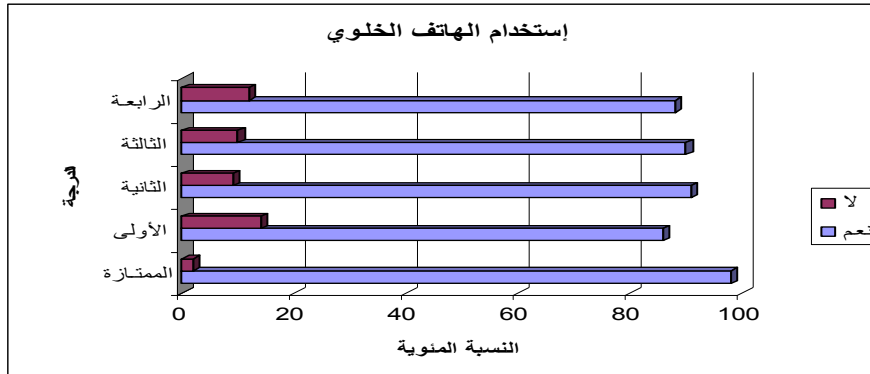
(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	98	86	91	90	88
لا	2	14	9	10	12

جدول رقم (5)

من الطبيعي أن تكون نسب الذين يمتلكون هاتفاً خلوياً نسباً عالية في ظل إنتشار هذا النوع من الهواتف بشكل كبير بين التجار بشكل خاص والمواطنين على وجه العموم ، حيث أن العروض التي تقدمها شركتي الإتصالات الخلوية والمنافسة فيما بينهما ، أدت إلى إنخفاض الرسوم الشهرية وأجور المكالمات، مما شجع الغالبية العظمى من المواطنين والتجار على إستخدام الخطوط الخلوية التي تعتبر من أسهل أنواع

الإتصال وأسرعها بغض النظر عن الزمان والمكان ويوضح الجدول رقم (5) إرتفاع هذه النسب بحيث بلغت للشركات في الدرجة الممتازة (98%) ، في حين كانت أقل نسبة لشركات الدرجة الأولى (86%) ، مما يعني أن الغالبية العظمى من الشركات من مختلف الدرجات تستخدم الخطوط الخلوية



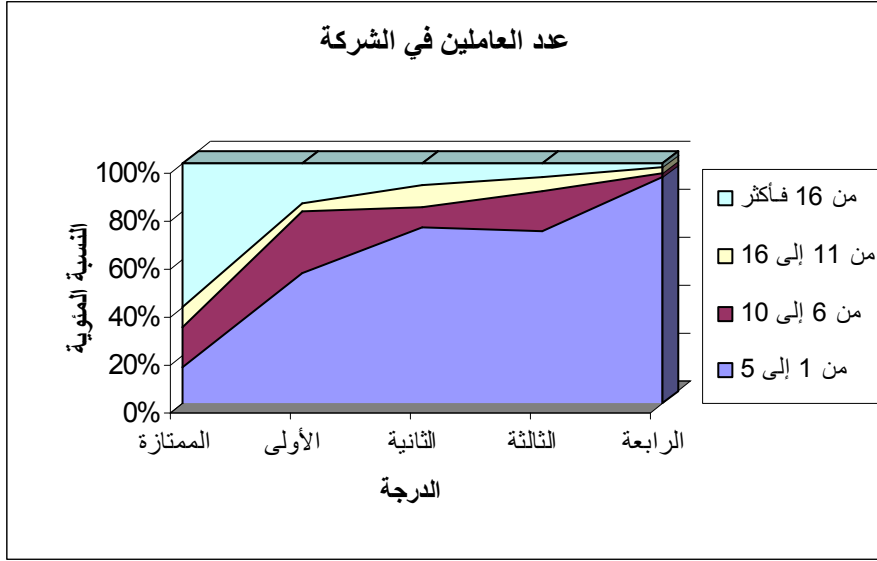
### 3- ماعدد العاملين في الشركة ؟

(%)

الدرجة	5-1	10-6	-11 15	16 فاكثر
الممتازة	15	17	8	60
الأولى	54	26	3	17
الثانية	73	9	9	9
الثالثة	72	16	6	6
الرابعة	94	2	2	2

جدول رقم (6)

تختلف أعداد العاملين في الشركات المستهدفة حسب نشاط وحجم كل شركة ، فنرى أن (60%) من الشركات ضمن الدرجة الممتازة يعمل لديها (16) موظف فأكثر ، أي أن حجم هذا النوع من الشركات يستدعي توظيف عدد كبير من العمال ، في حين أن هنالك (17%) فقط من شركات الدرجة الأولى يعمل لديها (16) موظف فأكثر - حيث يتركز عدد العاملين وبنسبة (54%) من شركات هذه الدرجة ضمن فئة ال (5-1) موظفين ، أما الدرجات الثانية والثالثة والرابعة فأن نسبة كبيرة منهم (73% ، 72% ، 94% على التوالي) عدد العمال لديهم لا يتجاوز الخمسة ، خاصة شركات الدرجة الرابعة كما يتضح من النسبة المشار إليها أعلاه



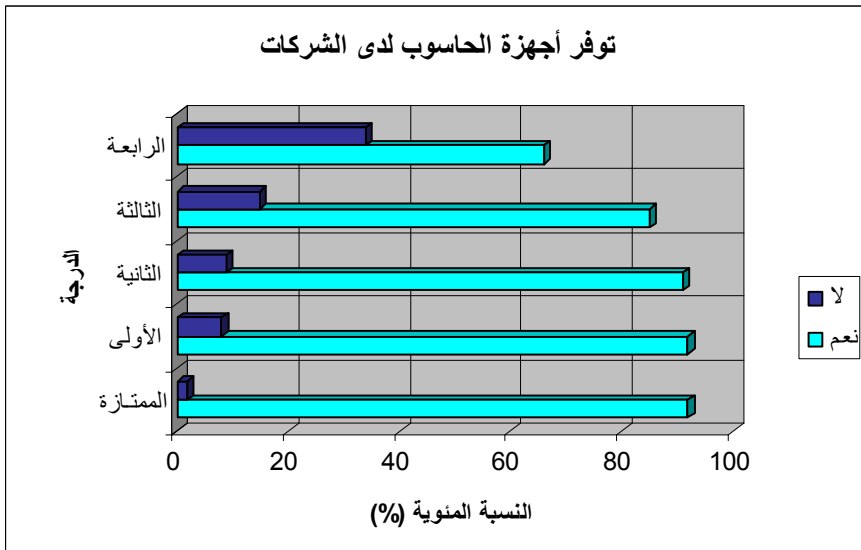
#### 4- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	98	92	91	85	66
لا	2	8	9	15	34

جدول رقم (7)

من الواضح أن نسبة كبيرة من الشركات في الدرجات كافة تستخدم أجهزة الحاسوب في أعمالها ، حيث تبدأ النسب من (98%) وتنتهي ب (66%) بشكل تدريجي للدرجات من الممتازة إلى الرابعة ، وإرتفاع هذه النسب يدل على أهمية استخدام أجهزة الحاسوب لتسيير النشاطات التجارية بغض النظر عن حجم وطبيعة العمل لدى هذه الشركات، خاصة شركات الدرجة الرابعة التي تتوفر لدى (66%) منها أجهزة حاسوب ، وهي نسبة مرتفعة إذا ما قورنت بانخفاض رؤوس أموالها ومحدودية نشاطها التجاري 0



• إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم(10)

تركزت أسباب عدم توفر الحاسوب لدى الشركات حول ما يلي:

- التعود على إنجاز الأعمال بشكل يدوي 0

- طبيعة العمل لا تستدعي إستعمال الحاسوب 0

- محدودية حجم النشاط التجاري 0

- عدم القدرة على تحمل أعباء تكاليف شراء أجهزة الحاسوب 0

يتضح من الأسباب المذكورة أعلاه أن معظم الشركات التي لا تمتلك أجهزة حاسوب هي من الشركات التي تدرج تحت الدرجة الرابعة (حسب ما هو موضح في أجوبة السؤال رقم 4) ، وبالتالي فإن عدم الحاجة لاستخدام الحاسوب لدى هذه الشركات تعود لمحدودية نشاط وحجم الشركات التي يمكن تسيير أعمالها بشكل يدوي 0

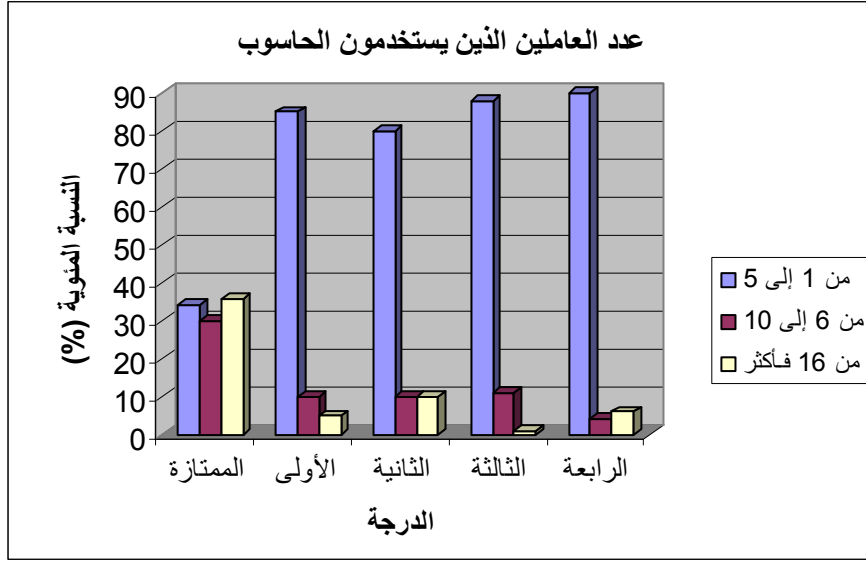
\*إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
5-1	34	85	80	88	90
10-6	30	10	10	11	4
10 فأكثر	36	5	10	1	6

جدول رقم (8)

يتضح من الجدول أعلاه أن العاملين الذين يستخدمون الحاسوب في مختلف الشركات والدرجات لا يتجاوز عددهم الخمسة ، بغض النظر عن رأسمال الشركة - بإستثناء شركات الدرجة الممتازة التي يتجاوز عدد العمال الذين يستخدمون الحاسوب لديها (10 فأكثر) وبما نسبته (36%) من مجموع هذه الشركات ، ويعود إرتفاع هذه النسبة ضمن شركات الدرجة الممتازة إلى عدة عوامل أهمها إرتفاع عدد العمال الذين يعملون في هذه الشركات أصلاً، والقدر العالي من الوعي لدى قياداتها الإدارية بأهمية إستخدام الحاسوب في شتى مجالات العمل ، والإعتماد على العمل الإلكتروني بشكل أساس لتسيير نشاطاتهم التجارية المختلفة(في حين نرى أن الشركات ضمن الدرجات من الأولى إلى الرابعة تمتلك نسباً متشابهة نوعاً ما - خاصة فيما يتعلق باستخدام الحاسوب ضمن فئة (5-1) عمال 0



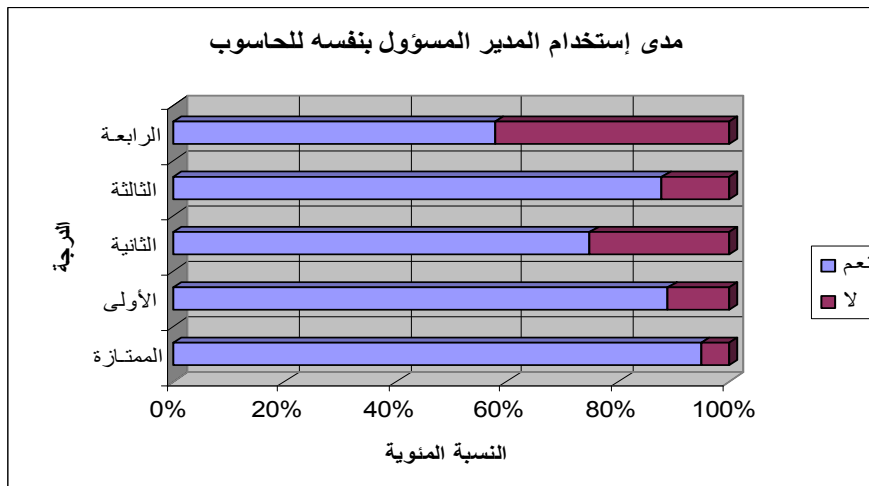
\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك ؟

(%)

الدرجة	المتمازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	95	89	75	88	58
لا	5	11	25	12	42

جدول رقم (9)

تشير النسب المئوية الموضحة أعلاه أن معظم المدراء في الشركات بمختلف درجاتها يقومون باستخدام أجهزة الحاسوب بأنفسهم ، بإستثناء نسب ضئيلة منهم وخاصة المدراء في الشركات ضمن الدرجة الرابعة ، حيث تشكل نسبة هؤلاء المدراء (42%) وهي نسبة مرتفعة جداً مقارنة بالنسب الواردة في باقي الشركات ، ويعود ذلك إلى قلة الوعي الإلكتروني لديهم ، وإعتمادهم على النشاط التجاري التقليدي ، أو إعتمادهم على الموظفين العاملين لديهم لإستخدام الحاسوب 0



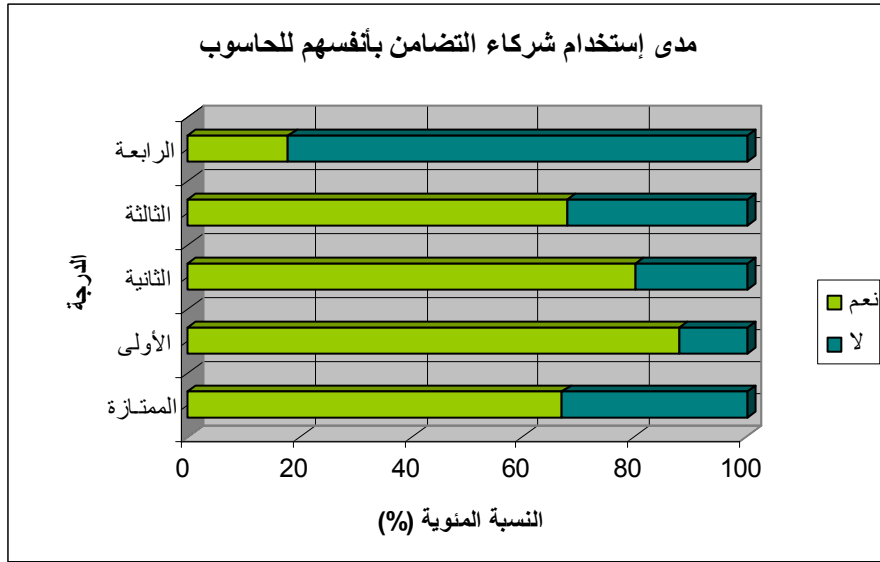
• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	67	88	80	68	18
لا	33	12	20	32	82

جدول رقم (11)

هنالك (88%) من شركات التضامن ضمن الدرجة الممتازة الذين يقوم الشركاء فيها باستخدام الحاسوب بأنفسهم ، وهي نسبة مرتفعة إذا ما قورنت بشركات التضامن ضمن الدرجة الرابعة التي يقوم فيها (18%) فقط من الشركاء باستخدام الحاسوب ، في حين أن النسب متشابهة للشركاء الذين يقومون باستخدام الحاسوب في شركات التضامن ضمن الدرجات الممتازة والثانية والثالثة (0)



5- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب ؟

(%)

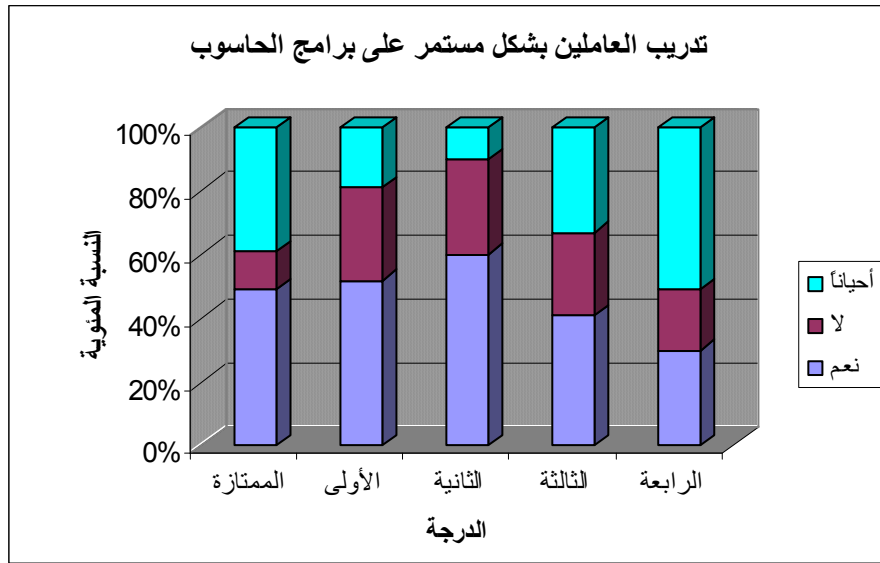
الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	49	52	60	41	30
لا	12	29	30	26	19
أحياناً	39	19	10	33	51

جدول رقم (12)

تتراوح نسب الشركات التي تقوم بتدريب العاملين لديها على الحاسوب بصورة مستمرة حسب حجم الشركة وطبيعة نشاطها التجاري ، إلا أن نسبة الشركات التي تقوم بتدريب موظفيها ضمن الدرجة الثانية هي



النسبة الأعلى حيث شكلت (60%) ، وهذا عامل مهم يجب أخذه بعين الإعتبار للدلالة على أهمية الوعي والثقافة الإلكترونية بغض النظر عن مقدار رأسمال الشركات 0



\*إذا كان الجواب لا 0000 انكر الأسباب :

تنوعت الأسباب التي تحول دون قيام الشركات بالتدريب المستمر لموظفيها على استخدام الحاسوب ، وقد تركزت بشكل عام حول مايلي:

- استعمال برامج جاهزة لا تستدعي التدريب المستمر 0
- استعمال الحاسوب للطباعة فقط 0
- قيام الموظفين بتدريب أنفسهم تلقائياً من خلال الممارسة اليومية 0
- ضيق الوقت 0
- محدودية النشاط التجاري التي لا تستدعي التدريب المتواصل 0

تدل الأسباب الموضحة أعلاه أن عدم قيام الشركات بالتدريب المستمر لموظفيها على استخدام الحاسوب ناتج عن وجود البرامج الجاهزة التي لا تحتاج إلا إلى إدخال المعلومات بشكل بسيط وسهل - وبالتالي لا تتطلب أية مهارة لإستخدام الحاسوب ، كما أنه ناتج أيضاً عن محدودية نشاط الشركات الذي يعتبر العامل الرئيس الذي يحول دون تدريب الموظفين بسبب عدم الحاجة لإستخدام الحاسوب أصلاً 0

## 6- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟

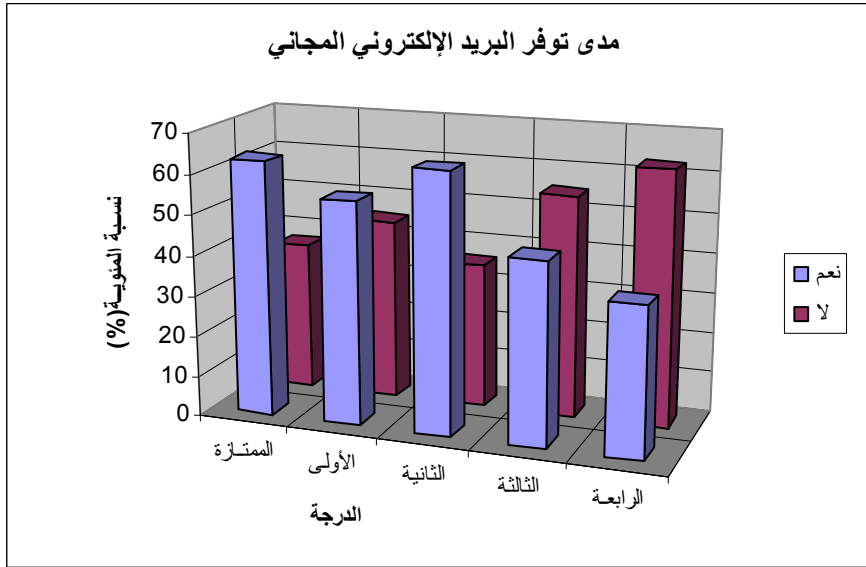
(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	63	55	64	45	37
لا	37	45	36	55	63

جدول رقم (13)

بالرغم من إرتفاع نسب الشركات التي تمتلك بريداً إلكترونياً مجانياً ، إلا أنها لا تعتمد على هذا النوع من البريد الإلكتروني بشكل أساس لتسيير نشاطها التجاري - حيث أن البريد الإلكتروني المجاني له سلبيات

عديدة أهمها إنخفاض طاقته الإستيعابية وسهولة إختراقه من خلال القرصنة الإلكترونية- لذا فان إستخدام هذا النوع من الخدمة صالح للأمر الشخصية أكثر من الأمر الرسمية ، خاصة وأن معظم الشركات تمتلك خدمتي البريد الإلكتروني ومدفوع الأجر (كما هو موضح في السؤال رقم 7)0



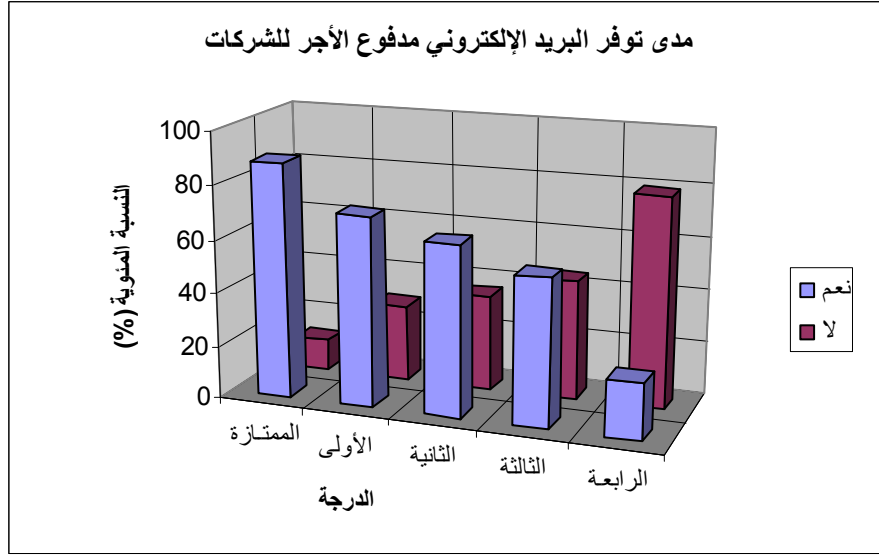
#### 7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	88	71	64	55	21
لا	12	29	36	45	79

جدول رقم (14)

تصدر شركات الدرجة الممتازة بنسبة (88%) من الذين يملكون بريد إلكتروني مدفوع الأجر ، وهي نسبة واقعية نظراً للإعتماد الأساسي على هذا النوع من الخدمة في المراسلات التجارية وعقد الصفقات ، في حين تضم الدرجة الرابعة ما نسبته (21%) فقط من الشركات التي تمتلك بريد إلكتروني مدفوع الأجر - ويعود إنخفاض هذه النسبة إلى إعتماد هذه الشركات على البريد الإلكتروني المجاني - خاصة وأنها لا تقوم باستخدام البريد الإلكتروني بشكل أساسي في نشاطاتها التجارية0



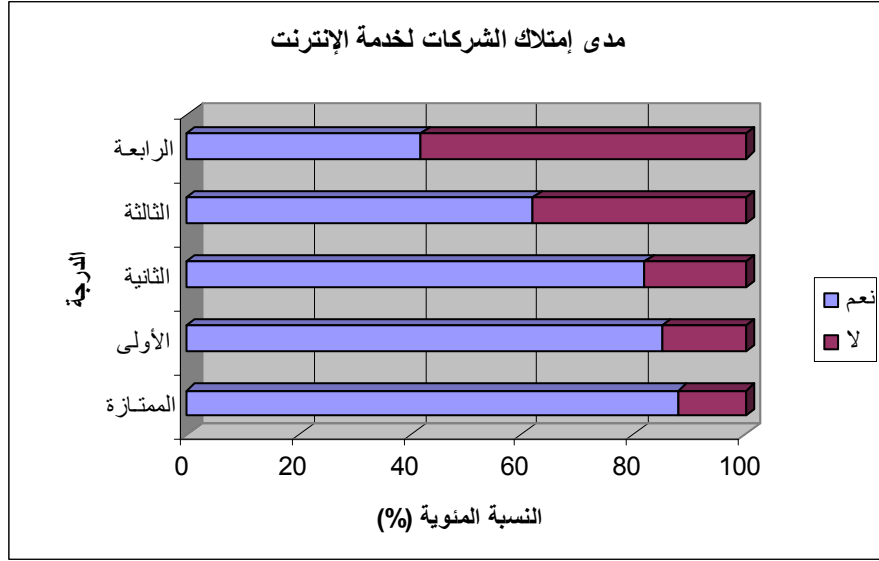
#### 8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	88	85	62	42	18
لا	12	15	38	58	82

جدول رقم (15)

إن النسب المئوية الموضحة في الجدول أعلاه تدل بشكل مباشر على تناسبها وعلاقتها المباشرة بحجم الشركات والدرجات التي تتصوي تحتها ، حيث تبدأ نسبة الشركات التي لديها إشتراك بخدمة الإنترنت من (88%) في الدرجة الممتازة ، وتنخفض إلى (85%) للدرجة الأولى ، ومن ثم إلى (82%) للدرجة الثانية ، تليها الدرجتين الثالثة والرابعة بنسب (62% و 42%) على التوالي ، ومن الواضح أن هذه النسب تعتبر منطقية ولها دلالات مباشرة على درجة الوعي بأهمية المعرفة الاقتصادية والحاجة للإستخدام الإلكتروني للشركات كل حسب حجمها وطبيعة نشاطها0



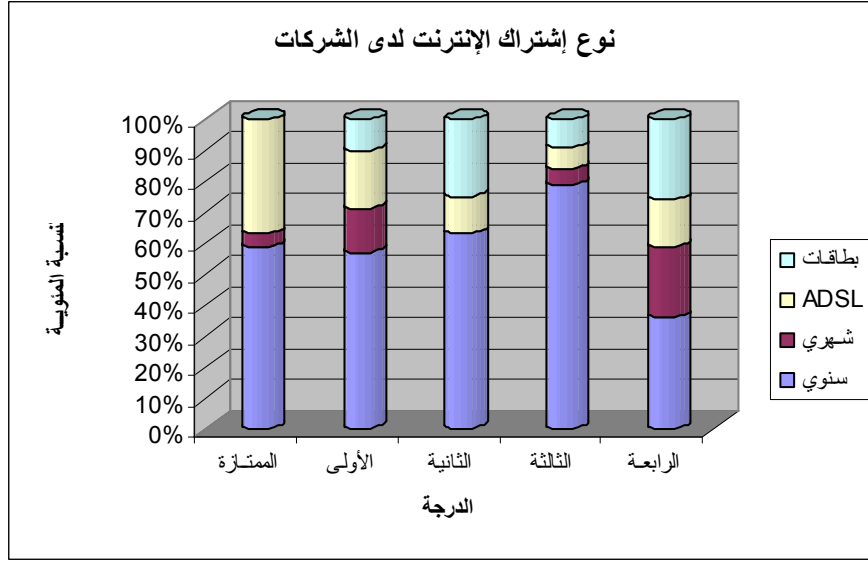
• في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
سنوي	59	57	63	79	36
شهري	4	14	0	5	23
ADSL	37	19	12	7	15
بطاقات	0	10	25	9	26

جدول رقم (16)

بالرغم من ارتفاع رسوم الإشتراك السنوي لخدمة الإنترنت - مقارنة بقيمة الرسوم الشهرية أو البطاقات المدفوعة مسبقاً ، إلا أن النسب الموضحة أعلاه تشير إلى إعتماد الشركات بمختلف درجاتها بشكل رئيس على خدمة الإشتراك السنوي للإنترنت ، والسبب في ذلك يعود للعروض الدائمة التي تقدمها شركات تزويد الخدمة الإلكترونية بأسعار معقولة لتكون في متناول جميع الشرائح - كما ان خدمة الإشتراك السنوي تقدم للمشارك بربداً إلكترونياً ذي قدرة إستيعابية فائقة ، وضمانات أمنية لتجنب القرصنة الإلكترونية على بريد المشارك(0)



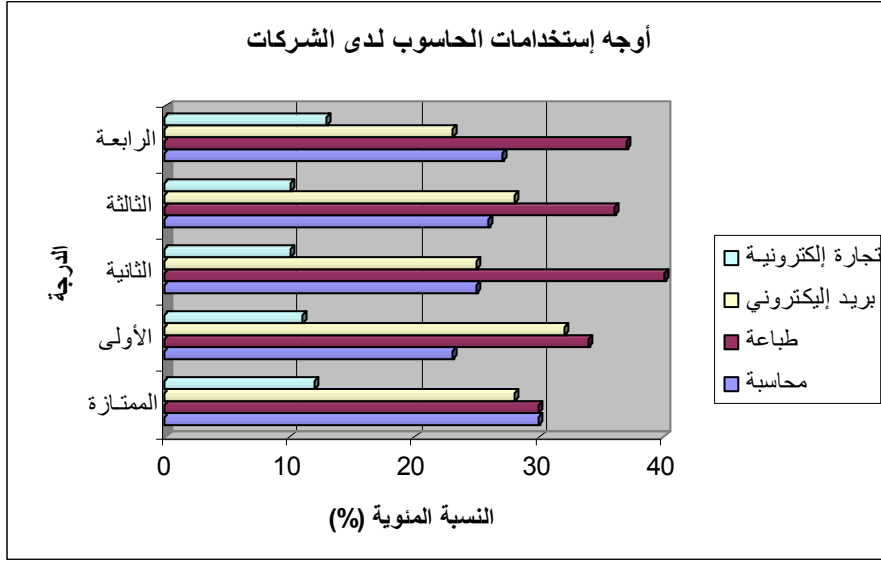
## 9- ما هي أوجه استخدامات الحاسوب لديك ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
محاسبة	30	23	25	26	27
طباعة	30	34	40	36	37
بريد إلكتروني	28	32	25	28	23
تجارة إلكترونية	12	11	10	10	13

جدول رقم (17)

يبين الجدول رقم (17) أن استخدامات الحاسوب للشركات في مختلف الدرجات متقاربة بدرجة كبيرة - حيث أن الاستخدام الطبيعي للحاسوب يتركز في الطباعة والبريد الإلكتروني واستخدام البرامج الجاهزة ، بينما نرى أن النسب المئوية للتعامل بالتجارة الإلكترونية من خلال الحاسوب تعتبر ضئيلة مقارنة بباقي الاستخدامات - ومع ذلك فإن هذه النسب متقاربة أيضاً بين الشركات بمختلف درجاتها ، ومن الجدير بالذكر أن نسبة الشركات من الدرجة الرابعة التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية من خلال الحاسوب هي (13%) في حين تبلغ نسبة هذه الشركات من الدرجة الممتازة (12%) فقط ، مما يثير التساؤل حول منطوق هذه النسبة- إلا أننا نود هنا الإيضاح بأن ارتفاع عدد الاستبانات المستردة من شركات الدرجة الرابعة وانخفاضها من الدرجة الممتازة قد يكون السبب في تشابه هذه النسبة نوعاً ما (0) وقد أفادت البيانات وجود العديد من أوجه الاستخدامات الأخرى للكمبيوتر ، حيث يكون لهذه الاستخدامات صلة مباشرة بطبيعة النشاط التجاري كاستخدام الكمبيوتر لفحص النظر في محلات البصريات ، واستخدامه لتصميم الإعلانات والدعاية لشركات الدعاية والإعلان ، والتصميم الجرافيكي للمكاتب الهندسية ، وغيرها من أوجه الاستخدام المختلفة التي يكون لها علاقة مباشرة بطبيعة عمل الشركة (0)



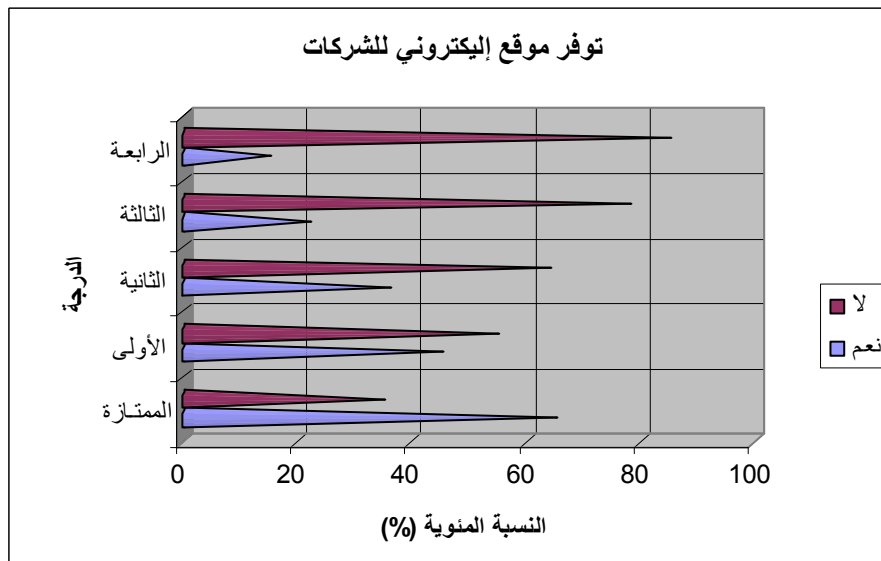
## 10- هل لديك موقع إلكتروني؟

(%)

الدرجة	المتنازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	65	45	36	22	15
لا	35	55	64	78	85

جدول رقم (18)

من الملاحظ أن نسبة الشركات التي لديها موقع إلكتروني تتضاءل مع إنخفاض درجتها، حيث تبدأ النسبة من (65%) للشركات الممتازة وتتناقص إلى (36%) للشركات من الدرجة الثانية وتنتهي بنسبة (15%) للشركات من الدرجة الرابعة، وهذه النسب تعتبر منطقية من حيث أهمية المواقع الإلكترونية للشركات حسب حجم نشاطها التجاري وتعاملها مع الأسواق الخارجية.



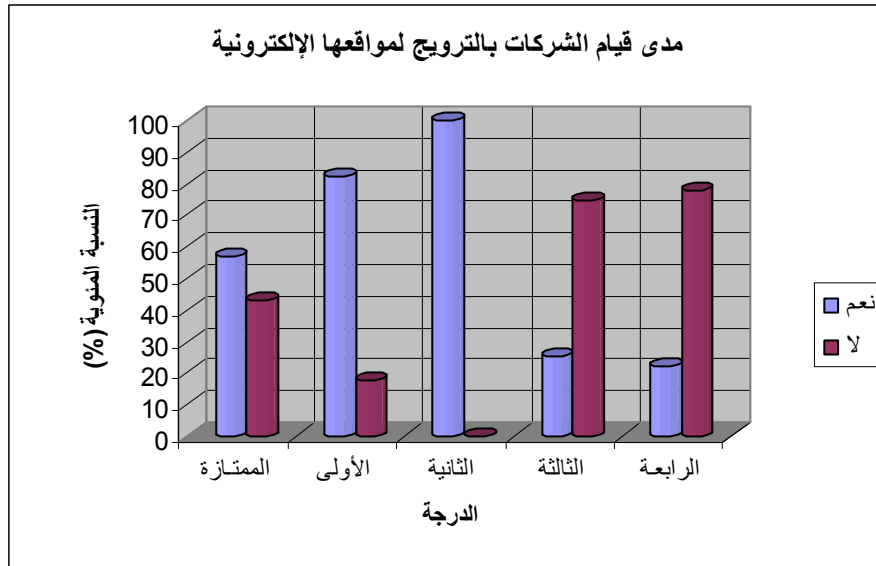
• إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	57	82	100	25	22
لا	43	18	0	75	78

جدول رقم (19)

يمكن أن نستنتج هنا أن حجم الشركة ليس له علاقة مباشرة بقيامها بالترويج لموقعها الإلكتروني ، حيث أن نسبة الشركات ضمن الدرجة الممتازة التي تقوم بترويج موقعها الإلكتروني لا تتجاوز (57%) ، في حين تبلغ نسبة الشركات التي تقوم بترويج موقعها ضمن الدرجة الثانية (100%) ، وكذلك فإن النسبة للشركات من الدرجة الأولى بلغت (82%) أي أقل من الدرجة الثانية وأكثر من الدرجة الممتازة ، وبذلك فإن هذه النسب تعود للوعي الإلكتروني للمدراء المسؤولين وسعيهم للترويج لمواقعهم بهدف زيادة النشاط التجاري بغض النظر عن حجم الشركة 0



11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية؟

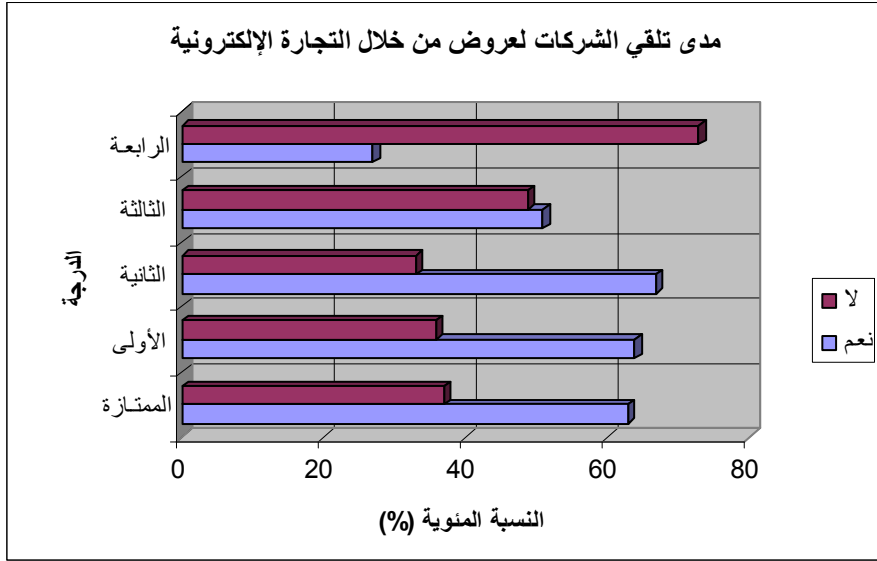
(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	63	64	67	51	27
لا	37	36	33	49	73

جدول رقم (20)

هنالك العديد من العروض والفرص التجارية التي يتم تداولها عبر المواقع الإلكترونية المعدة لهذه الغاية ، أو التي يتم توزيعها عبر البريد الإلكتروني المجاني لمختلف المستخدمين، إلا أن مصداقية هذه العروض وجدية التزام الجهة العارضة تضع علامة إستفهام كبيرة عند التفكير بالإستفادة من هذه العروض ،

وبالتالي فإن إستلام هذه العروض لا يعني تنفيذها أو إقتناع التجار للتعامل بها 0 ونلاحظ من النسب الموضحة في الجدول أعلاه أن هنالك تشابها في نسب الشركات التي تتلقى هذه العروض بمختلف درجاتها ، باستثناء الدرجة الرابعة التي تضم (27%) فقط من الشركات التي تتلقى هذه العروض 0



\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

إن معظم الأسباب المذكورة حول عدم تلقي عروض التجارة الإلكترونية تصب في نفس الإتجاه تقريباً ، ويمكن إيجاز أهمها بالنقاط التالية:

- عدم توفر الإتصال الإلكتروني أصلاً 0
- عدم مصداقية وثقة العروض التي يتم نشرها من خلال الإتصال الإلكتروني
- محدودية النشاط التجاري 0
- عدم القناعة بجدوى التجارة الإلكترونية - حالياً على الأقل 0
- ضعف السوق المحلي 0
- عدم وجود الوعي الكافي حول التجارة الإلكترونية 0
- الإعتماد على السوق المحلي فقط 0
- ضعف المعرفة باللغة الإنجليزية 0

12- هل قمت باستخدام بطاقات الإئتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟

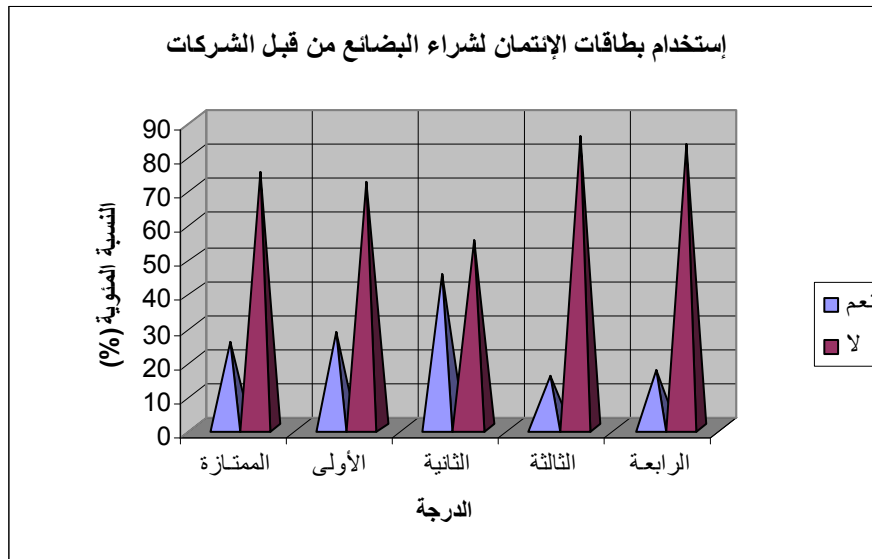
(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	25	28	45	15	17
لا	75	72	55	85	83

جدول رقم (21)



من الطبيعي أن تكون نسبة الشركات التي تستخدم بطاقات الإئتمان لشراء البضائع من خلال التجارة الإلكترونية ضئيلة جداً ، حيث تحول عوامل سلبية عديدة دون قيام التجار بشكل خاص والأفراد بشكل عام باستخدام بطاقات الاعتماد لتسديد أثمان مشترياتهم 0 وباستعراض الجدول رقم (21) نرى أن هنالك (25%) فقط من الشركات ضمن الدرجة الممتازة التي سبق وأن قامت بالتعامل ببطاقات الإئتمان ، وكذلك (28% و 15% و 17%) للدرجات الأولى والثالثة والرابعة على التوالي ، في حين أن نسبة الشركات التي تعاملت ببطاقات الإئتمان من الدرجة الثانية بلغت (45%) وهي نسبة مرتفعة مقارنة بباقي الدرجات 0



### 13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية:

ترتكز المعوقات التي تواجه الشركات قبل وخلال وبعد التعامل بالتجارة الإلكترونية (إن وجدت) حول

مايلي:

- إنعدام السرية والثقة والأمان والمصادقية 0
- عدم وجود خدمات بنكية يمكن أن تضمن هذا النوع من التعامل

الإلكتروني 0

- عدم توفر الخبرات الكافية لإدارة التجارة الإلكترونية للشركات 0
- بعض المشاكل الفنية كبطء سرعة الإنترنت ، وتقطع الخطوط الهاتفية 0
- عدم القدرة على توفير بطاقات الإئتمان 0
- محدودية النشاط التجاري 0
- عدم توفر التشريعات والقوانين المناسبة لتأمين الحماية المنشودة خلال

التعامل بالتجارة الإلكترونية 0

- إنحصار التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية فقط 0

إن الهاجس الرئيس الذي يدفع إلى عدم التعامل بالتجارة الإلكترونية على المستويين التجاري والشخصي يتمثل بقلّة أو إنعدام الثقة الناتج عن العديد من الثغرات وأهمها نقص القوانين والتشريعات ، وبالتالي فإن الشركات على استعداد لبذل المزيد من الوقت والجهد والكلفة في سبيل إتمام الصفقة التجارية بالشكل التقليدي بعيداً عن التعامل الإلكتروني الذي يشكل تحوفاً كبيراً لمعظم الشركات 0

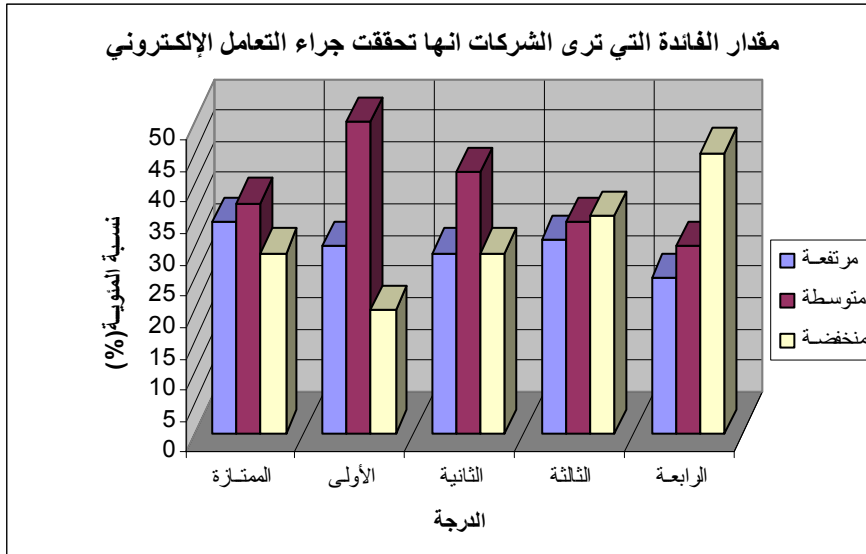
14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
مرتفعة	34	30	29	31	25
متوسطة	37	50	42	34	30
منخفضة	29	20	29	35	45

جدول رقم (22)

تعتبر فروقات نسب الفائدة التي تحققت للشركات جراء التعامل الإلكتروني بسيطة وهامشية ، حيث تتركز آراء الشركات من الدرجة الممتازة إلى الثالثة على وسطية إستفادتهم من التعامل الإلكتروني، بإستثناء (45%) من الشركات في الدرجة الرابعة التي ترى أن فائدتها من التعامل الإلكتروني منخفضة ، وهي نسبة عالية لكنها صحيحة وتعزى لعدم تعامل هذه الشركات بالتجارة الإلكترونية لدرجة كبيرة ، وبذلك فهي لا تراها مفيدة - حسب وجهة نظرها 0



15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة للشركات العالمية في مجال إختصاصك ؟

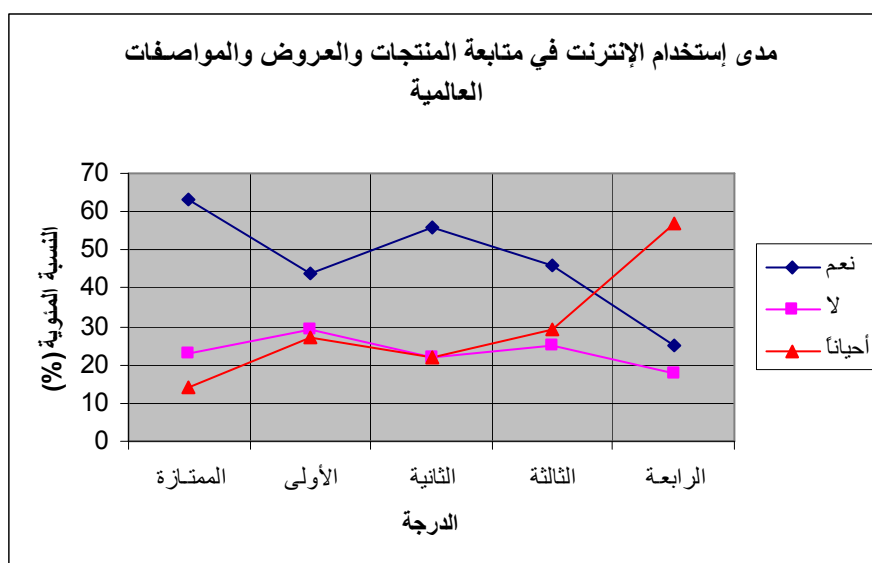
(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	63	44	56	46	25
لا	23	29	22	25	18

أحياناً	14	27	22	29	57
---------	----	----	----	----	----

جدول رقم (23)

لاشك أن معظم الشركات التي يتوفر لديها إتصال إلكتروني ولها نشاطات تجارية خارج نطاق المملكة مهتمة بشكل أساسي بمتابعة المنتجات والمواصفات والعروض التي تطرحها الشركات العالمية ، حيث أن ذلك يقع ضمن أولوياتها للبحث عن أسواق وفرص جديدة ، ونرى من الجدول أعلاه أن شركات الدرجة الممتازة مهتمة بنسبة (63%) بالإطلاع على الفرص والعروض التي تطرحها الشركات العالمية على الإنترنت ، في حين أن نسبة الشركات من الدرجة الأولى المهتمة بهذا الأمر تبلغ (44%) ، بينما تبلغ نسبة الشركات المهتمة من الدرجتين الثانية والثالثة (56% و 46%) على التوالي ، أما شركات الدرجة الرابعة فهي الأقل إهتماماً ، حيث بلغت نسبتها (25%) فقط - وهي نسبة طبيعية نظراً للنشاط المحدود لهذه الشركات وإقتصاره غالباً على السوق المحلي 0



## 16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

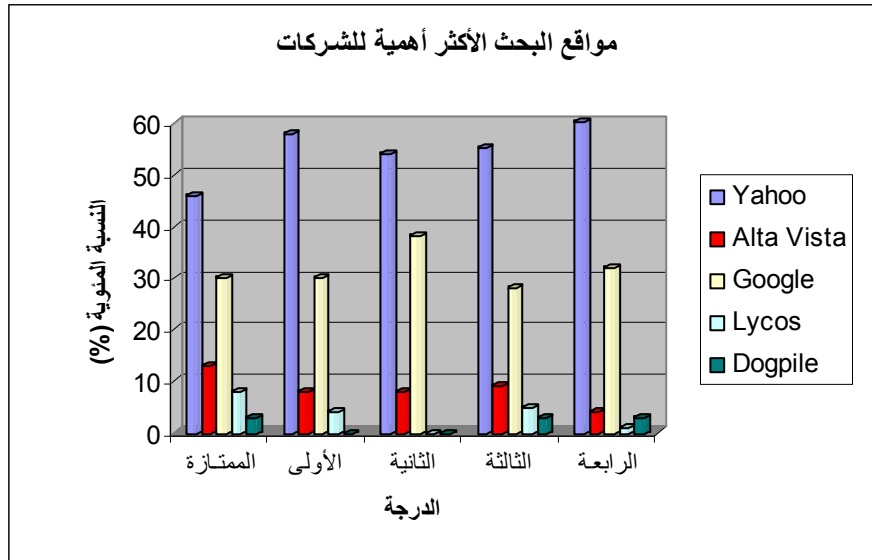
(%)

الدرجة	Yahoo	AltaVista	Google	Lycos	Dogpile
الممتازة	46	13	30	8	3
الأولى	58	8	30	4	.
الثانية	54	8	38	0	0
الثالثة	55	9	28	5	3
الرابعة	60	4	32	1	3

جدول رقم (24)

يتمتع موقع (Yahoo) للبحث الإلكتروني بسمعة واسعة وإقبال شديد من قبل مستخدمي شبكة الإنترنت ، حيث يعتبر من أهم وأكبر مواقع البحث الإلكتروني ، نظراً لسهولة استخدامه ، وشموله لملايين العناوين والمواقع الإلكترونية المفيدة ، ويمكن أن نرى ذلك بوضوح من خلال أجوبة الشركات التي قامت

بتعبئة الإستبانات ، حيث أن النسبة الكبرى تعود لموقع (Yahoo) ، يليه موقع (Google) الذي يتمتع بانتشار واسع خاصة في الوطن العربي باعتباره أهم مواقع البحث في اللغة العربية 0 وهناك أيضاً مواقع بحث أخرى لها أولوية لدى الشركات ، أهمها (Infoseek) و (MSN) و (AOL) و (Maktoob) و (Europages) و (Hotbot) و (Ayna) و (Ajeeb) 0



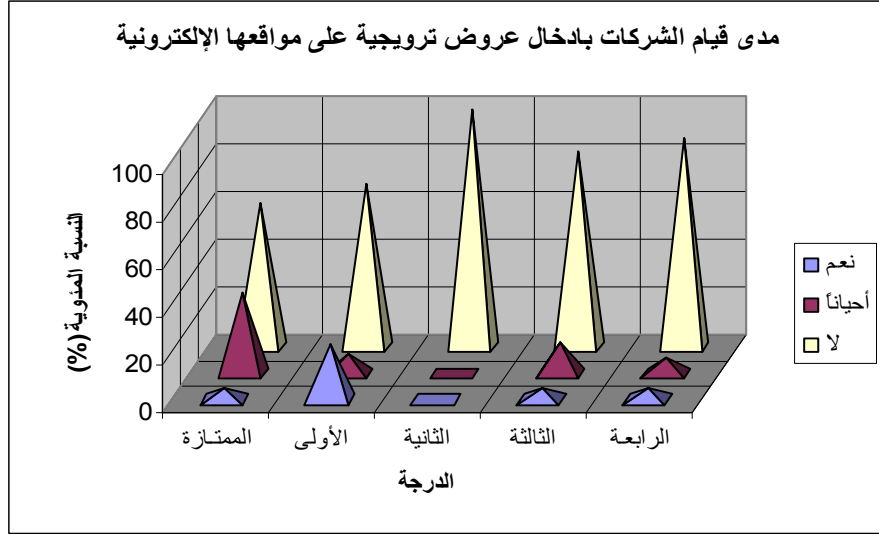
17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بادخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي اخر ، وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	5	23	0	5	5
أحياناً	34	8	0	13	7
لا	61	69	100	82	88

جدول رقم (25)

يتضح من الجدول أعلاه أن معظم الشركات لا تعتمد على العروض الترويجية المقدمة من خلال مواقعها الإلكترونية ، وإن دل ذلك على شيء فانما يدل على أن معظم الشركات تقوم بإنشاء موقعها الإلكتروني للترويج العام للشركة وإثبات وجودها على الساحة الإلكترونية العالمية دون استخدام هذه المواقع للترويج للعروض التي تقدمها - إن كان هنالك عروض أصلاً 0 فالنسب المئوية الموضحة في جدول الإجابات أعلاه تشير إلى عدم اعتماد معظم الشركات على هذا النوع من الترويج ، ويمكن أن يعزى ذلك إلى عدم فعالية القوانين التي تحمي التجارة الإلكترونية وعدم تمتعها بالثقة والمصداقية المطلوبتين 0

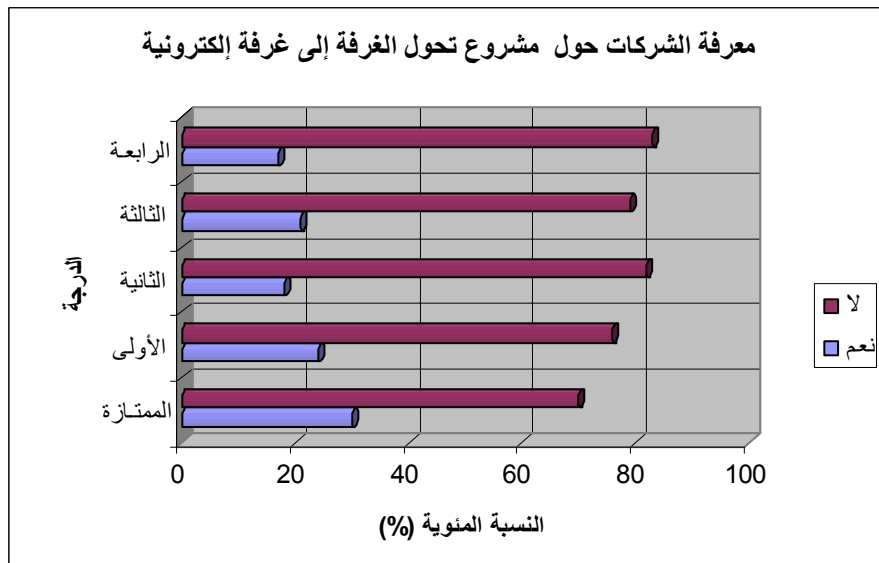


## 18- هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟ (%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	30	24	18	21	17
لا	70	76	82	79	83

جدول رقم (26)

إنطلق مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية منذ حزيران/2002 ، إلا أن معظم الشركات ما تزال تجهل هذه الخطوة السباقة التي قامت بها الغرفة لمواكبة المستجدات الدولية ، علماً بانها تعتبر من أوائل الغرف التجارية العربية التي تحولت إلى غرفة إلكترونية ، ويلاحظ أن نسب الشركات التي لديها فكرة عن هذا المشروع تتضائل حسب الدرجة التي تنضوي تحتها ، حيث تبدأ من (30%) للدرجة الممتازة وتنتهي بنسبة (17%) للدرجة الرابعة



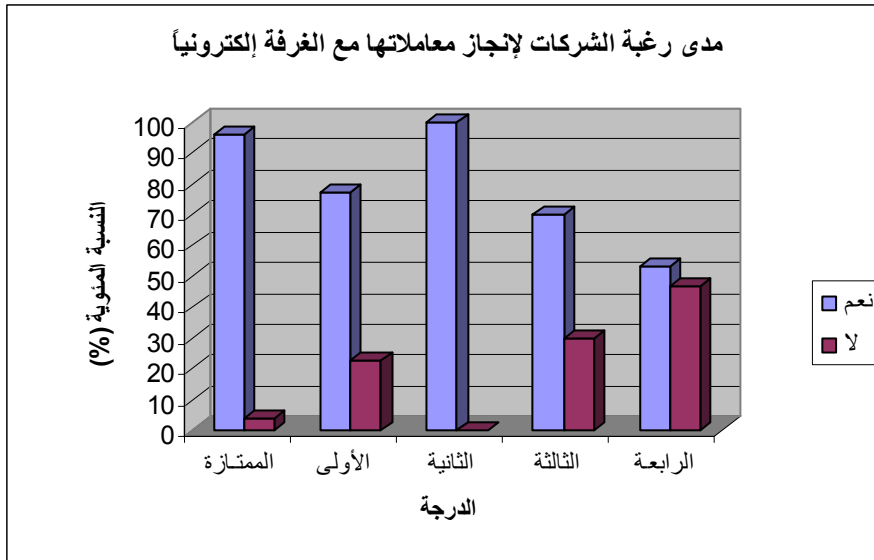
• إذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونياً ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	96	77	100	70	53
لا	4	23	0	30	47

جدول رقم (27)

بالرغم من انخفاض نسب الشركات التي لديها فكرة عن تحول غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية ، إلا أن هنالك نسبة مرتفعة جداً من الشركات التي ترغب في إنجاز معاملاتها إلكترونياً مع الغرفة ، حيث أن (100%) من شركات الدرجة الثانية ترغب باجراء معاملاتها إلكترونياً ، تليها شركات الدرجة الممتازة بنسبة (96%) ، ومن ثم (77% و 70% و 53%) للشركات من الدرجات الأولى والثالثة والرابعة على التوالي (0) وتعتبر هذه النسب مشجعة جداً وتدل على قابلية الشركات على الإنسجام مع المستجدات الإلكترونية ، رغم أنها تحتاج إلى مزيد من الوعي والإرشاد بهذا الخصوص (0)



\* إذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟

يوجد تشابه كبير في جميع الإجابات التي وردت حول هذا السؤال ، وهي تتلخص في السببين الرئيسيين التاليين:

- عدم قيام الغرفة بالترويج الكافي حول هذا المشروع (0)
  - عدم تواصل الغرفة مع أعضاء هيئتها العامة (0)
- وعليه فان تواصل الغرفة مع أعضاء الهيئة العامة وتعزيز تفاعلها معهم ، تعتبر من الأمور الضرورية لرفع مستوى وعي التجار تجاه المستجدات المحلية والإقليمية والدولية (0)

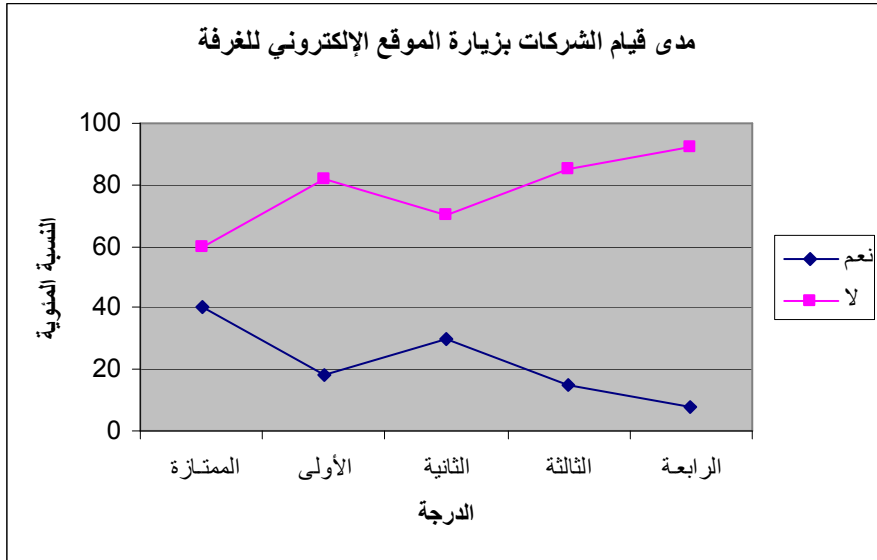
## 19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	40	18	30	15	8
لا	60	82	70	85	92

جدول رقم (28)

لاشك أن نسب أجوبة هذا السؤال ستكون متصلة بصورة مباشرة مع نسب أجوبة السؤال رقم (18) ، حيث أن عدم معرفة تحول الغرفة إلى غرفة إلكترونية يعني عدم معرفة أو زيارة الموقع الإلكتروني للغرفة 0 ويلاحظ أن نسبة الشركات التي تزور الموقع الإلكتروني للغرفة من الدرجة الممتازة تصل إلى (40%) ، تليها شركات الدرجة الثانية بنسبة (30%) ، ومن ثم الدرجات الأولى والثالثة والرابعة بنسب (18% و 15% و 8%) على التوالي 0



\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :

- تركزت الأسباب التي تحول دون قيام الشركات بزيارة الموقع الإلكتروني للغرفة بما يلي:
- عدم معرفة عنوان الموقع الإلكتروني للغرفة 0
- عدم قيام الغرفة بالتعميم على التجار حول وجود موقع إلكتروني لها 0
- عدم الحاجة لزيارة موقع الغرفة الإلكتروني 0
- ضيق الوقت
- عدم توفر إتصال إلكتروني 0

تشير الأسباب المذكورة أعلاه إلى عدم إكتراث معظم الشركات بمتابعة أخبار وتعاميم الغرفة ، وبالتالي فإن نسبة عدم معرفة أعضاء الهيئة العامة بوجود موقع إلكتروني للغرفة تعتبر مرتفعة جداً بالرغم

من قيام الغرفة بعدة حملات إعلامية حول تحويلها إلى غرفة إلكترونية ، ولا ينفي ذلك ضرورة تعزيز تواصل الغرفة مع أعضائها ، ومدعم بأخبار الغرفة ونشاطاتها بشكل دائم وأكثر فعالية 0

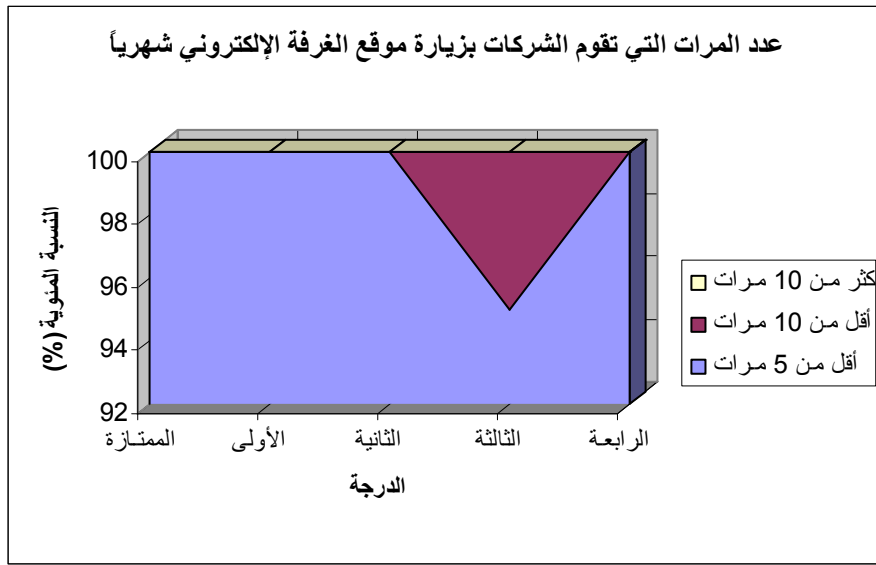
• إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهرياً ؟

(%)

الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
5<	100	100	100	95	100
10<	0	0	0	5	0
10>	0	0	0	0	0

جدول رقم (29)

أكدت جميع إجابات هذا السؤال ضمن الأسئلة المستردة من العينة أن عدد الزيارات التي تقوم بها الشركة للموقع الإلكتروني للغرفة (إن وجدت) أقل من خمس مرات شهرياً ، باستثناء شركات الدرجة الثالثة بلغت فيها نسبة الشركات التي تزور الموقع أكثر من خمس مرات وأقل من عشرات مرات شهرياً (5%) 0



20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ؟

(%)

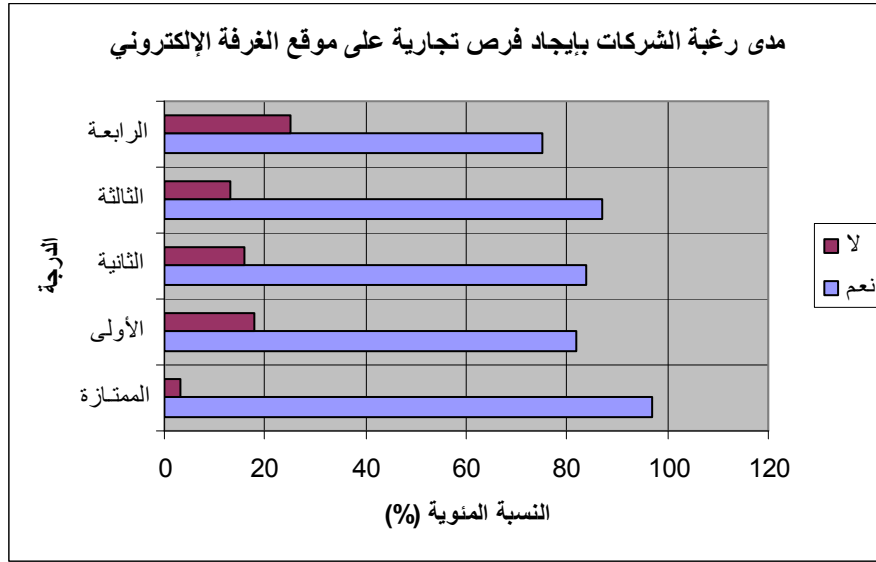
الدرجة	الممتازة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
نعم	97	82	84	87	75
لا	3	18	16	13	25

جدول رقم (30)

يبين الجدول رقم (30) أن نسبة عالية من الشركات تُشجع وترغب بالإطلاع على الفرص التجارية من الشركات الأجنبية الراغبة بالاستثمار أو التبادل التجاري مع الشركات الأردنية ، حيث أن (97%) من الشركات ضمن الدرجة الممتازة تُشجع نشر الفرص التجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ، تليها شركات



الدرجة الثالثة التي بلغت نسبتها (87%) ، ثم الدرجة الثانية (84%) ، تليها الدرجة الأولى (82%) ، والدرجة الرابعة (75%) ، وجميع هذه النسب مرتفعة جداً وتدل على الإهتمام الواسع بالتعرف والإطلاع على الفرص التجارية التي ترد للغرفة من الشركات الدولية والإقليمية 0 علماً بأن هذه الفرص يتم تحديثها ونشرها في كل من الموقع الإلكتروني للغرفة ومجلة الغرفة (الإقتصادي الأردني) بشكل دوري وكلما توفر العدد الكافي من الفرص 0



## 21- ما هي المعلومات التي تهتم بالإطلاع عليها في الموقع ؟

تنوعت المعلومات التي ترغب الشركات بالإطلاع عليها في موقع الغرفة الإلكترونية، وتتلخص فيما يلي:

يلي:

- أسماء ومعلومات عن الشركات المحلية والعالمية 0
- الفرص والمعارض التجارية 0
- الدورات التدريبية 0
- التعليمات والقوانين والتشريعات المتعلقة بالنشاط الإقتصادي في المملكة 0
- إحصاءات ومعلومات إقتصادية عامة 0
- المواصفات والمقاييس للسلع الرئيسية 0
- العطاءات الحكومية 0
- أخبار ونشاطات الغرفة 0
- أسعار البضائع العالمية - حسب البورصات العالمية 0
- التعريفات الجمركية 0
- إرشادات حول أساليب التسويق التجاري الدولية 0
- آليات إستخدام الإنترنت في المجال التجاري 0
- الإتفاقيات والبروتوكولات التي تعقدها المملكة مع دول العالم 0
- عناوين المواقع الإلكترونية العالمية المختصة في المجال الإقتصادي 0
- فرص عمل 0
- شروط وإجراءات تسجيل الشركات 0

هنالك بعض أنواع المعلومات المتوفرة أصلاً في موقع الغرفة الإلكتروني كالفرض التجارية ، المعارض التجارية الدولية ، أسماء وعناوين الشركات المحلية ، أخبار ونشاطات الغرفة ، شروط وإجراءات التسجيل 0 كما يتضمن الموقع بعض العناوين الإلكترونية المهمة التي يمكن أن توفر للتاجر مختلف المعلومات التي قد يحتاجها وبضمنها بعض المعلومات المذكورة أعلاه 0

## 22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني؟

يُلاحظ وجود تكرار واضح في الأجوبة التي وردت على هذا السؤال وأجوبة السؤال السابق (21) ، حيث أن معظم الأجوبة المتعلقة بالمعلومات التي يرغب التاجر بالإطلاع عليها في موقع الغرفة تتشابه إلى حد كبير مع الأجوبة المتعلقة بالإقتراحات لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني، ويمكن أن نستخلص أهمها (دون تكرار) بما يلي:

- قيام الغرفة بحملة إرشاد وتوعية شاملة حول موقعها الإلكتروني 0
- الربط المباشر بين موقع الغرفة ومواقع الشركات التي ترغب بذلك 0
- تفعيل الموقع وزيادة وتنويع المعلومات المتوفرة فيه 0
- التحديث المستمر للمعلومات المتوفرة على الموقع 0
- إضافة أسماء وعناوين المصانع الأردنية وعدم الإقتصار على الشركات

التجارية 0

- إضافة لغات أخرى للتعامل بالموقع عدا العربية والإنجليزية 0

## 23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة لتوفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية ؟

تتمثل المساعدات الفنية التي يقترح التجار توفيرها بمايلي:

- تدريب التجار على إستعمال أجهزة الحاسوب 0
- تأسيس وحدة إستشارية في الغرفة لمساعدة الشركات التي تنوي تطوير أعمالها إلكترونياً ، والدخول في مجال التجارة الإلكترونية 0
- زيادة عدد الدورات التدريبية المتخصصة بالتجارة والمعاملات

الإلكترونية 0

- توفير العناوين الإلكترونية لجميع القطاعات التجارية 0
- توفير أجهزة حاسوب لصغار التجار بأسعار مناسبة وأقساط شهرية 0
- الرد المباشر على الإستفسارات الواردة عبر البريد الإلكتروني 0
- توفير بريد إلكتروني خاص لكل شركة مسجلة في الغرفة 0
- تقديم الدعم الفني لتصميم المواقع الإلكترونية للشركات 0
- توفير أجهزة حاسوب للتجار لإستخدامها في مقر الغرفة 0

- إصدار نشرات تعريفية لتوضيح كيفية البحث والتعامل مع المواقع الإلكترونية للشركات الدولية0

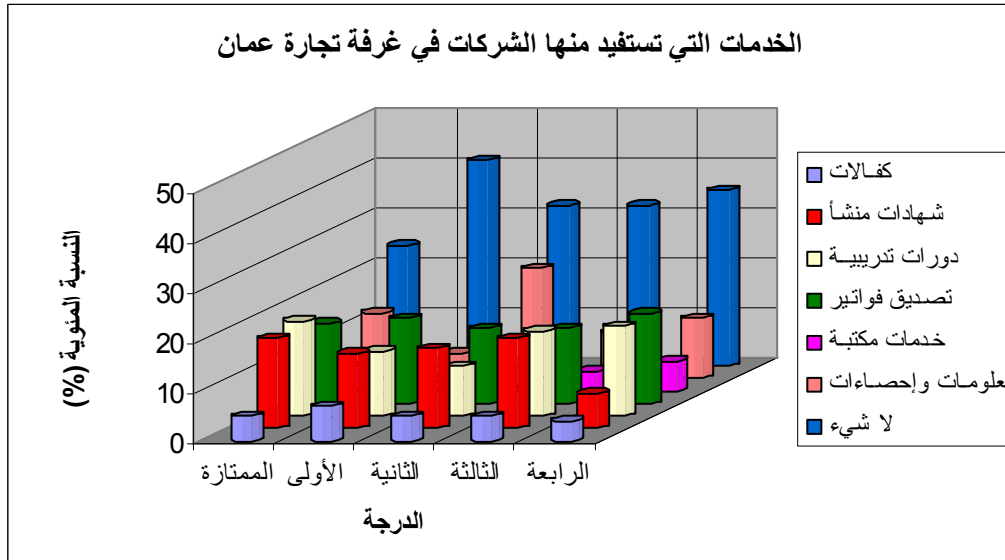
24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان ؟

(%)

الدرجة	كفالات	شهادات منشأ	معلومات وإحصاءات	دورات تدريبية	تصديق فواتير	خدمات مكتبة	لا شيء
المتيزة	5	18	13	19	16	5	24
الأولى	7	15	5	13	17	2	41
الثانية	5	16	22	10	15	0	32
الثالثة	5	18	9	17	15	4	32
الرابعة	4	7	12	18	18	6	35

جدول رقم (31)

تحتل خدمة تصديق الفواتير المرتبة الأولى من الخدمات التي يستفيد منها التاجر في الغرفة ، ومن ثم خدمة الدورات التدريبية ، تليها خدمة إصدار شهادات المنشأ ، ثم خدمة المعلومات والإحصاءات ، ثم خدمة إصدار الكفالات ، وتأتي خدمات المكتبة في المرتبة الأخيرة0 وتختلف إهتمامات الشركات بالخدمات التي تقدمها الغرفة ، فالبعض لا يستفيد من الغرفة إلا الإشتراك لديها بهدف إتمام إجراءات الحصول على رخصة المهن ، في حين يحرص البعض على الإستفادة بأقصى قدر ممكن كالإستفادة من الدورات التدريبية والمعلومات والإحصائيات وخدمات المكتبة ، بينما تستفيد بعض الشركات التي تقوم بالتصدير إلى خارج المملكة من خدمة تصديق الفواتير وإصدار شهادات المنشأ 0 وتتوقف درجة الإستفادة من جميع هذه الخدمات أو من بعضها على حجم وطبيعة النشاط التجاري للشركات0



## المعوقات التي واجهت الدراسة:

واجه فريق الدراسة وبالاخص العمل الميداني بعض المعوقات التي اثرت على نتائج دراسته ، من

اهمها :

- ان الفترة الزمنية التي باشر فريق الدراسة فيها مهامه الميدانية لم تكن مناسبة، وذلك بسبب الازعاج السياسي والاقتصادي التي شهدتها المنطقة بسبب الحرب على العراق واثارها السلبية على الاردن .
- عدم تعاون عدد كبير من الشركات والمؤسسات التجارية مع فريق الدراسة بالشكل المطلوب، وحجبه للمعلومات ، اضافة الى ضعف اهتمام هذه الشركات بموضوع الدراسة.
- وجود مهام كثيرة طارئة لدى فريق البحث اثرت على انجاز الدراسة وفق ما كان مخططا له.

## الاستنتاجات:

في ضوء نتائج الدراسة لواقع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لدى الشركات المسجلة في غرفه تجاره عمان ، والتي ظهرت من خلال الاستبانة الموزعة ، ومن خلال الزيارات الميدانية والالتقاء بالعديد من اصحاب الشركات من مختلف الدرجات والمهن التجارية ، يمكن الخروج بالاستنتاجات التالية :

- ان نسبة كبيرة من الشركات والمؤسسات التجارية التي شملتها الدراسة تستخدم اجهزة الحاسوب في ادارة اعمالها التجارية حيث ان (98%، 92%، 91%، 85%، 66%) من الدرجات الممتازة والاولى والثانية والثالثة والرابعة على التوالي تمتلك اجهزة حاسوب ، وان ارتفاع هذه النسب يعد عاملا ايجابيا يثبت توجه العديد من الشركات والمؤسسات التجارية لاستخدام الكمبيوتر والانترنت ، حيث ان امتلاك اجهزة هاتف وفاكس وكمبيوتر اصبحت جزء مهما من البنية التحتية للاقتصاديات الحديثه .

- تنوعت استخدامات الشركات والمؤسسات لأجهزة الحاسوب ، الا ان نمط استخدامه في مجالات ( المحاسبة والطباعة والبريد الالكتروني ) هو المهيمن على اداء هذه الشركات ، في حين اظهرت النتائج ان التعامل بالتجاره الالكتروني بين هذه الشركات ضعيف جدا ويتراوح ما بين ( 10% - 13%) لمختلف الدرجات ، مع ان التوجهات والسياسات العالمية تسعى لتسهيل التعامل بالتجارة الالكترونية التي بدأت تنمو بشكل كبير وبمعدلات متسارعة، حيث يؤكد المحللون الاقتصاديون انها تشكل الجزء الاهم وربما الاعظم في التجارة العالمية .

- يعزى عدم ممارسه التجارة الالكترونية من قبل هذه الشركات الى الاسباب التالية:

- انعدام الثقة والامان والمصادقية .

- عدم وجود خدمات بنكية تضمن هذا النوع من التعامل الالكتروني .
- محدودية النشاط التجاري .
- عدم توفر التشريعات والقوانين المناسبه.
- اعتماد التجارة الالكترونية على اللغة الانجليزية .

• وفيما يتعلق بحياسة المواقع الالكترونيه بين الشركات التجاريه ، اظهرت نتائج الدراسة ان (65%) من شركات الدرجة الممتازة تمتلك مواقع الكترونيه، ويعزى ذلك الى اتساع علاقاتها التجاريه وبخاصة مع الاسواق الخارجيه ، والى ارتفاع الوعي الالكتروني للمدراء وامتلاكهم المؤهلات العلمية والقدرات المالية التي تؤهلهم لإدارة هذا النوع من الشركات بكفاءة ، بينما تنخفض هذه النسبه الى (45%، 36%، 22%، 15%) للدرجات الاولى والثانيه والثالثه والرابعه على التوالي ، بسبب محدودية نشاطاتها وعلاقاتها ورؤوس اموالها التجاريه، علما ان امتلاك تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الالكترونية قد اصبح من المتطلبات الاساسيه لاداء أي نشاط اقتصادي .

• اظهرت النتائج ان الغالبية العظمى من الشركات تمتلك اشتراكا في شبكة الانترنت حيث ان (88%، 85%، 82%) من الشركات الممتازة والاولى والثانيه لديها اشتراك في شبكه الانترنت ،لما لها من دور مهم في نقل وتوفير المعلومات بكل شفافية للبائعين والمشتريين وتسهيل انسياب حركة التجارة العالمية ، وان الفائدة التي تحققها الشركات من خلال امتلاك المواقع الالكترونيه والاشتراك في شبكة الانترنت تتمثل في الاطلاع على الفرص والعروض التجارية المتاحة في دول العالم.

• على الرغم من الانتشار الواسع والسريع لاستخدام شبكه الانترنت كوسيلة للتجارة الالكترونيه ونقل المعلومات وعقد الصفقات التجاريه ، وفي ضوء الاهميه المتزايدة لهذا النوع من النشاط التجاري، الا ان نسبة كبيرة من الشركات والمؤسسات التجاريه المسجلة بمختلف الدرجات في الغرفة ليس لديها اطلاع على مشروع تحويل غرفه تجاره عمان الى غرفه الكترونيه ، حيث ان (30%) من الشركات الممتازة لديها فكره عن هذا المشروع ، بينما تنخفض الى (21%، 17%) للدرجات الثالثه والرابعه على الرغم من اهميته بالنسبة لجميع الشركات والمؤسسات التجاريه في تسهيل اعمالها التجاريه ونقل المعلومات بينها، ويعزى القطاع التجاري عدم معرفته بهذا المشروع الى عدم قيام الغرفه بالترويج والاعلام الكافي له والى ضعف تواصل الغرفه مع اعضاء هيئتها العامه.

• اظهرت نتائج الدراسة توجه معظم الشركات والمؤسسات التجاريه المسجله في غرفه تجاره عمان لطلب توسيع نشر الفرص التجاريه على موقع الغرفه الالكترونية ، حيث ان (97%) من الشركات الممتازه تشجع نشر فرص تجاريه ، تليها الاولى والثانيه والثالثه والرابعه بنسب بلغت على التوالي (82%، 84%، 87%، 75%) . ان ارتفاع الطلب على نشر الفرص التجاريه يشير الى حرص الشركات على الاطلاع على العروض والفرص التجاريه المتاحة وعلى ترويج البضائع والسلع بهدف عقد الصفقات التجاريه .

بما ان الاشكاليه الاساسيه للدراسة تكمن في معرفه مدى توفر الامكانيات الفنية والبشرية لدى الشركات التجاريه المسجلة في غرفة تجارة عمان لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومدى تطبيق التجارة الالكترونيه الى جانب الكشف عن المعوقات التي تحول دون ذلك ، فقد بينت نتائج الدراسه ان نسبه المتعاملين بالتجارة الالكترونيه من مختلف الدرجات تتراوح بين (10%-13%) ، حيث يعود تدني هذه النسبة الى انعدام الثقة والمصداقية في تطبيق التجارة الالكترونية خاصه في وسائل وانظمة الدفع ، وهذا ينسجم مع التخوفات العالمية ، حيث تشير اخر الدراسات التي اجرتهها مؤسسة الاعمال والخصوصية الامريكية ( American Business & Privacy ) إلى ان اكثر من (33.2) مليون شخص تعرضوا لعمليات نصب واحتيال منذ (1990-2002) واكثر من (13) مليون عملية احتيال تمت عبر شبكه الانترنت، والسؤال المطروح هل يمكن بناء انظمه دفع مالية قويه وقادرة على حماية العملاء والزبائن من عمليات الاختراق والنصب التي تجري على المستوى العالمي خاصه في الدول المتقدمه .

### التوصيات :

- تطوير التشريعات والقوانين اللازمة لتأمين الحماية المنشودة عند التعامل بالتجارة الالكترونية .
- تطوير الخدمات البنكية المتعلقة بالتعامل الالكتروني بما يضمن حقوق جميع الاطراف.
- القيام بحملات ترويجية واعلامية مكثفة بين القطاع الخاص الاردني بشكل عام والقطاع التجاري بشكل خاص للتعريف بالموقع الالكتروني للغرفة والعمل على تطويره ، وعلى نشر الدراسات و التعميم والبلاغات والمعلومات الاقتصادية والتجارية المختلفه .
- التركيز على استمراريه نشر الفرص التجارية على موقع الغرفة الالكتروني ، وتشجيع انجاز معاملات الهيئة العامة الكترونيا وذلك من خلال توفير نظام متكامل لهذه الغاية.
- زيادة عدد الدورات التدريبية والندوات للقطاع التجاري حول قضايا التجارة الالكترونية واهمية التعامل بها .
- رفع مستوى التواصل بين غرفة تجارة عمان وهيئتها العامة بجميع الوسائل الممكنة.

النسب المئوية لإجابات الإستبانات - الدرجة الممتازة :

نوع الشركة:

(%3) توصية بسيطة 0

(%18) تضامن 0

(%60) محدودة المسؤولية 0

(%1) مساهمة خاصة 0

(%10) مساهمة عامة 0

(%8) فردية 0

المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

(%0) ثانوية عامة فما دون 0

(%7) دبلوم 0

(%59) بكالوريوس 0

(%34) دراسات عليا 0

المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

(%0) 1-5 سنوات 0

(%15) 6-10 سنوات 0

(%15) 11-15 سنة 0

(%70) 16 سنة فأكثر 0

8- هل تستخدم جهاز فاكس في عملك؟

(%0) لا

(%100) نعم

9- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟

(%2) لا

(%98) نعم

10- ما عدد العاملين في الشركة؟

0 5-1 (%15)  
0 10-6 (%17)  
0 15-11 (%8)  
0 16 فأكثر (%60)

11- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب؟  
نعم (%98)  
لا (%2)

\* إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم (10)  
- الإعتياد على إنجاز الاعمال بشكل يدوي 0

\* إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب؟  
0 5-1 (%34)  
0 10-6 (%30)  
0 10 فأكثر (%36)

\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك؟  
نعم (%95)  
لا (%5)

• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟  
نعم (%67)  
لا (%33)

12- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب؟  
نعم (%49)  
لا (%12)  
أحيانا (%39)

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :  
- عدم حاجة طبيعة العمل 0  
- استخدام الجهاز للطباعة فقط 0  
- اسباب اداريه 0  
- الاغلبية لديهم المام جيد والجزء الاقل تعلم عبر التواصل  
والاستفسار 0

13- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟  
نعم (%63)  
لا (%37)

7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟  
نعم (%88)  
لا (%12)



---

8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت ؟  
(%88) نعم  
(%12) لا

---

- في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :  
(%59) سنوي  
(%4) شهري  
(%37) ADSL  
(%0) بطاقات مدفوعة مسبقاً
- 

9- ما هي أوجه استخدامات الحاسوب لديك ؟

- (%30) محاسبة
  - (%30) طباعة
  - (%28) بريد إلكتروني
  - (%12) تجارة إلكترونية
  - غيرها ، أذكرها:
    - برنامج مخزون
    - تنظيم حجوزات المسافرين
    - تصاميم مطابخ جاهزه
    - شؤون الموظفين
    - تصاميم دعايه و اعلان
    - اعمال اداريه ومراسلات
    - بحث و جمع معلومات و رصد و تحليل
    - اعمال بنكيه
- 

10- هل لديك موقع الكتروني ؟

(%65) نعم  
(%35) لا

---

\* إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟

(%57) نعم  
(%43) لا

---

11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية ؟ :

(%63) نعم  
(%37) لا

---

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- عدم وجود موقع اليكتروني للشركه وعدم الاهتمام من قبل الاداره
  - عدم الاعتماد على التجاره الالكترونيه
  - بدايه العمل التجاري
  - محدوديه عمل الشركه
- 

12- هل قمت باستخدام بطاقات الائتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟

(%25) نعم

(%75) لا

13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية :

- انعدام الثقة 0
- عدم المعرفة باستخدام الكمبيوتر 0
- عدم الامان 0
- عدم وجود بنوك اردنيه تتعامل في هذا المجال 0
- عدم توفر التدريب الكافي 0

14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟

(%34) مرتفعة (37) متوسطة (%29) منخفضة

15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة

للشركات العالمية في مجال إختصاصك ؟

(%63) نعم (%23) أحياناً (%14) لا

16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

(%46) Yahoo  
(%13) AltaVista  
(%30) Google  
(%8) Lycos  
(%3) Dogpile

أخرى ، أذكرها حسب أهميتها لك:

- MSN
- AOL
- Maktoob

17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بادخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي اخر ،

وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟

(%5) نعم (%34) أحياناً (%61) لا

18 - هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟

(%30) نعم (%70) لا

\* اذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونية؟

(%96) نعم (%4) لا

\* اذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟

- عدم المتابعه 0
- عدم الاعلان من قبل الغرفة 0

19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟  
(40%) نعم  
(60%) لا

\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :

- عدم معرفة إسم وعنوان الموقع 0
- لا يوجد حاجه لذلك 0
- عدم اعلان الغرفه عن اسم الموقع 0
- عدم المعرفه بان الغرفه تتعامل اليكترونيا 0

\* إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهريا ؟

- (100%) أقل من 5 مرات 0
- (0%) أقل من 10 مرات 0
- (0%) أكثر من 10 مرات 0

20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ؟  
(97%) نعم  
(3%) لا

21- ما هي المعلومات التي تهتم بالإطلاع عليها في الموقع ؟

- اسماء ومعلومات عن الشركات العالميه 0
- فرص تجاريه 0
- المعارض التجارية 0
- الدورات التدريبيه 0
- معلومات ذات علاقه بالاستيراد والتصدير 0
- احصائيات ومعلومات اقتصاديه 0
- معلومات عن الشركات الاردنيه 0

22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني ؟

- توفير المعلومات عن الشركات الاردنيه 0
- ترويج موقع الغرفه بشكل جيد 0
- القيام بعمل نشرات توعيه عن المواقع الاليكترونيه وتوزيعها على المؤسسات 0
- نشر نشاطات الغرفه على الموقع الاليكتروني 0

23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة توفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية ؟

- التدريب والتأهيل للتجار 0
- اتصال مباشر مع الشركات العالميه من خلال الموقع 0
- عمل فهارس للشركات والنشاطات التجاريه 0
- تزويد التجار بأحدث المعلومات 0
- تدريب التجار على أجهزة الحاسوب 0

---

24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان؟

- (%5) كفالات 0
  - (%18) شهادات منشأ 0
  - (%19) دورات تدريبية 0
  - (%16) تصديق فواتير 0
  - (%5) خدمات المكتبة 0
  - (%13) معلومات وإحصاءات 0
  - (%24) لاشيء 0
- 

النسب المئوية لإجابات الإستبانات - الدرجة الأولى:

نوع الشركة:

- (%3) توصية بسيطة 0
  - (%19) تضامن 0
  - (%44) محدودة المسؤولية 0
  - (%5) مساهمة خاصة 0
  - (%0) مساهمة عامة 0
  - (%0) فردية 0
- 

المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

- (%6) ثانوية عامة فما دون 0
  - (%6) دبلوم 0
  - (%76) بكالوريوس 0
  - (%12) دراسات عليا 0
- 

المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

- (%13) 1-5 سنوات 0
  - (%13) 6-10 سنوات 0
  - (%0) 11-15 سنة 0
  - (%74) 16 سنة فأكثر 0
- 

14- هل تستخدم جهاز فاكس في عملك؟

- (%95) نعم
- (%5) لا

15- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟

نعم (%86) لا (%14)

16- ما عدد العاملين في الشركة؟

0 5-1 (%54)  
0 10-6 (%26)  
0 15-11 (%3)  
0 16 فأكثر (%17)

17- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب؟

نعم (%92) لا (%8)

\* إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم (10)  
- طبيعة العمل لا تستدعي إستعمال الحاسوب 0

\* إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب؟

0 5-1 (%85)  
0 10-6 (%10)  
0 10 فأكثر (%5)

\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك؟

نعم (%89) لا (%11)

• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟

نعم (%88) لا (%12)

18- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب؟

نعم (%52) لا (%29) أحيانا (%19)

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- إلمام الموظفين بالحاسوب كافي ولا داعي للتدريب 0  
- الموظف يقوم بتطوير نفسه تلقائياً 0

19- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟

نعم (%55) لا (%45)

7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟

نعم (%71) لا (%29)

---

8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت ؟  
نعم (%85) لا (%15)

---

- في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :  
0 (%57) سنوي  
0 (%14) شهري  
0 (%19) ADSL  
0 (%10) بطاقات مدفوعة مسبقاً
- 

9- ما هي أوجه إستخدامات الحاسوب لديك ؟  
0 (%23) محاسبة  
0 (%34) طباعة  
0 (%32) بريد إلكتروني  
0 (%11) تجارة إلكترونية  
غيرها ، أذكرها:  
- شؤون الموظفين  
- المخزون  
- التدفق النقدي

---

10- هل لديك موقع الكتروني ؟  
نعم (%45) لا (%55)

---

\* إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟  
نعم (%82) لا (%18)

---

11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية ؟ :  
نعم (%64) لا (%36)

---

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :  
-

---

12- هل قمت باستخدام بطاقات الائتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟  
نعم (%28) لا (%72)

---

- 13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية :
- عدم توفر الخبرة الكافية
  - إنعدام الثقة والمصداقية والأمان في المعاملات الإلكترونية
  - المشاكل الفنية ، كبطء الخطوط الهاتفية وسرعة الانترنت
-

14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟  
(30%) مرتفعة (50%) متوسطة (20%) منخفضة

15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة للشركات العالمية في مجال إختصاصك؟  
(44%) نعم (29%) أحيانا (27%) لا

16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

(58%) Yahoo  
(8%) AltaVista  
(30%) Google  
(4%) Lycos  
(0%) Dogpile

أخرى ، أذكرها حسب أهميتها لك:

- Europages  
- MSN

17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بادخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي اخر ، وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟  
(23%) نعم (8%) أحيانا (69%) لا

18 - هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟  
(24%) نعم (76%) لا

\* إذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونيا ؟  
(77%) نعم (23%) لا

\* إذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟  
- عدم قيام الغرفة بإعلام التجار عن هذا المشروع  
- عدم تواصل الغرفة مع أعضائها

19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟  
(18%) نعم (82%) لا

\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :  
- عدم المعرفة بالموقع الإلكتروني للغرفة  
- ضيق الوقت

\* إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهريا ؟  
(100%) أقل من 5 مرات

(%0) أقل من 10 مرات 0

(%0) أكثر من 10 مرات 0

---

20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني؟  
(%82) نعم  
(%18) لا

---

21- ما هي المعلومات التي تهتم بالإطلاع عليها في الموقع؟  
- معلومات عن مختلف القطاعات الاقتصادية 0  
- العروض التجارية والمعارض والمؤتمرات المحلية والدولية 0  
- القوانين والتشريعات المعمول بها محلياً 0  
- الدورات التدريبية 0  
- المواصفات والمقاييس المتعلقة بالسلع 0  
- أسماء وعناوين الفنادق والمنتجعات السياحية بالمملكة 0

---

22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني؟  
- ربط موقع الغرفة الإلكتروني مع مواقع الشركات بشكل مباشر 0

---

23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة توفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية؟  
- إيجاد وحدة إستشارية في الغرفة لمساعدة الشركات التي تنوي تطوير أعمالها من خلال التجارة الإلكترونية 0

---

24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان؟  
(%7) كفالات 0  
(%15) شهادات منشأ 0  
(%13) دورات تدريبية 0  
(%17) تصديق فواتير 0  
(%2) خدمات المكتبة 0  
(%5) معلومات وإحصاءات 0  
(%41) لاشيء 0

---



## النسب المئوية لإجابات الإستبانات - الدرجة الثانية:

نوع الشركة:

0 (%9) توصية بسيطة

0 (%36) تضامن

0 (%9) محدودة المسؤولية

0 () مساهمة خاصة

0 () مساهمة عامة

0 (%46) فردية

---

المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

0 (%10) ثانوية عامة فما دون

0 (%20) دبلوم

0 (%70) بكالوريوس

0 (%0) دراسات عليا

---

المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

0 (%17) 1-5 سنوات

0 (%0) 6-10 سنوات

0 (%17) 11-15 سنة

0 (%64) 16 سنة فأكثر

---

20- هل تستخدم جهاز فاكس في عمالك؟  
نعم (91%) لا (9%)

---

21- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟  
نعم (91%) لا (9%)

---

22- ماعدد العاملين في الشركة؟

0 5-1 (73%)

0 10-6 (9%)

0 15-11 (9%)

0 16 فأكثر (9%)

---

23- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب؟  
نعم (91%) لا (9%)

---

\* إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم(10)  
- عدم الحاجة للحاسوب 0

---

\* إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب؟  
0 5-1 (80%)  
0 10-6 (10%)  
0 10 فأكثر (10%)

---

\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك؟  
نعم (75%) لا (25%)

---

• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟  
نعم (80%) لا (20%)

---

24- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب؟  
نعم (60%) لا (30%) أحياناً (10%)

---

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- لا داعي

- لاجاه

---

25- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟  
نعم (64%) لا (36%)

---

7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟  
نعم (%64) لا (%36)

---

8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت؟  
نعم (%82) لا (%18)

---

• في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :

0 (%63) سنوي  
0 ( ) شهري  
0 (%12) ADSL  
0 (%25) بطاقات مدفوعة مسبقاً

---

9- ما هي أوجه استخدامات الحاسوب لديك ؟

0 (%25) محاسبة  
0 (%40) طباعة  
0 (%25) بريد إلكتروني  
0 (%10) تجارة إلكترونية  
غيرها ، أذكرها:  
- معلومات عن العملاء  
- فرص تجاربه  
- سكرتاربه  
- تخزين معلومات

---

10- هل لديك موقع إلكتروني ؟  
نعم (%36) لا (%64)

---

\* إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟  
نعم (%100) لا (%0)

---

11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية ؟ :  
نعم (%67) لا (%33)

---

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- عدم الاهتمام من قبل الشركات  
- عدم القناعه بجدوى التجاره الالكترونيه على المدى القصير 0

---

12- هل قمت باستخدام بطاقات الائتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟  
نعم (%45) لا (%55)

---

13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية :

- قلة الامان والثقة 0

- عدم الحاجة 0

- عدم توفر بطاقه ائتمان 0

14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟

(%29) مرتفعة (42%) متوسطة (29%) منخفضة

15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة للشركات العالمية في مجال إختصاصك ؟

(56%) نعم (22%) أحيانا (22%) لا

16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

(54%) Yahoo  
(8%) AltaVista  
(38%) Google  
(0%) Lycos  
(0%) Dogpile

أخرى ، أذكرها حسب أهميتها لك:

-Hot Bot

17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بادخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي اخر ، وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟

(0%) نعم (0%) أحيانا (100%) لا

18 - هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟

(18%) نعم (82%) لا

\* إذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونية ؟

(100%) نعم ( ) لا

\* إذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟

- عدم معرفه بهذا المشروع 0

19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟

(30%) نعم (70%) لا

\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :

- عدم معرفه بوجود موقع إلكتروني للغرفة 0

- عدم الحاجة لزيارة الموقع 0

---

\* إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهريا ؟

(%100) أقل من 5 مرات 0

(%0) أقل من 10 مرات 0

(%0) أكثر من 10 مرات 0

---

20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ؟  
(%84) نعم  
(%16) لا

---

21- ما هي المعلومات التي تهتم بالإطلاع عليها في الموقع ؟

- اخبار الغرفة

- اجراء المعاملات من خلال الموقع

- مؤشرات التجاره الخارجيه

- معلومات حول السوق المحلي

- العطاءات الحكوميه

- اسماء الشركات العالميه

---

22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني ؟

-

---

23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة توفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية ؟

- دورات حول التجاره الاليكترونيه

---

24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان ؟

(%5) كفالات 0

(%16) شهادات منشأ 0

(%10) دورات تدريبية 0

(%15) تصديق فواتير 0

(%0) خدمات المكتبة 0

(%22) معلومات وإحصاءات 0

(%32) لاشيء 0

---

### النسب المئوية لإجابات الإستبانات - الدرجة الثالثة:

نوع الشركة:

0 (%9) توصية بسيطة

0 (%45) تضامن

0 (%2) محدودة المسؤولية

0 (%2) مساهمة خاصة

0 (%1) مساهمة عامة

0 (%41) فردية

---

المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

0 (%16) ثانوية عامة فما دون

0 (%17) دبلوم

0 (%58) بكالوريوس

0 (%9) دراسات عليا

---

المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

0 (%7) 1-5 سنوات

0-6 سنوات (%20)  
0-11 سنة (%18)  
0-16 سنة فأكثر (%55)

26- هل تستخدم جهاز فاكس في عمالك؟

نعم (%92) لا (%8)

27- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟

نعم (%90) لا (%10)

28- ما عدد العاملين في الشركة؟

0-5 (%72)

6-10 (%16)

11-15 (%6)

16 فأكثر (%6)

29- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب؟

نعم (%85) لا (%15)

\* إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم (10)

- عدم الحاجة 0

- محدودية أعمال الشركة 0

- عدم القدرة على تحمل تكاليف شراء الحاسوب 0

- عدم توفر الخبرة لإستخدام الحاسوب 0

\* إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب؟

0-5 (%88)

6-10 (%11)

10 فأكثر (%1)

\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك؟

نعم (%88) لا (%12)

• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟

نعم (%68) لا (%32)

30- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب؟

نعم (%41) لا (%26) أحياناً (%33)

- \* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :
- عدم حاجة طبيعة العمل للتدريب المستمر0
  - حجم العمل لا يستدعي التدريب المستمر0
  - البرامج الجاهزة تغني عن التدريب المستمر0
  - ضيق الوقت0

---

31- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟

(%45) نعم (55%) لا

---

7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟

(%55) نعم (45%) لا

---

8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت؟

(%62) نعم (38%) لا

- 
- في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :
- (%79) سنوي0
  - (%5) شهري0
  - (%7) ADSL0
  - (%9) بطاقات مدفوعة مسبقاً0

---

9- ما هي أوجه إستخدامات الحاسوب لديك ؟

- (%26) محاسبة
- (%36) طباعة
- (%28) بريد إلكتروني
- (%10) تجارة إلكترونية
- غيرها ، أذكرها:
- تصميم وإنتاج فني0
- فحص النظر0
- تنظيم المستودعات والمخزون0
- دعاية وإعلان0
- برمجة أجهزة الإستقبال المرئي0
- برامج إلكترونية0
- تصميم مخططات ورسم هندسي0

---

10- هل لديك موقع إلكتروني ؟

(%22) نعم (78%) لا

---

\* إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟

(%25) نعم (75%) لا



---

11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية ؟ :  
(51%) نعم  
(49%) لا

---

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- عدم توفر الإتصال الإلكتروني في الشركة 0
- عدم وجود الوعي الكافي حول التجارة الإلكترونية 0
- التجارة الإلكترونية غير مقنعة 0
- ضعف السوق المحلي 0
- التجارة الإلكترونية غير فعالة لأنها جديدة وغير متداولة بشكل فعلي 0
- عدم مصداقية هذه العروض 0

---

12- هل قمت باستخدام بطاقات الإئتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟  
(15%) نعم  
(85%) لا

---

13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية :

- عدم مصداقية معظم العملاء 0
- إنعدام الأمان والثقة، والتخوف من الإحتيالات 0
- عدم توفر السرية المطلوبة 0
- عدم تعامل العديد من المواقع مع الأردن 0
- عدم توفر التشريعات المناسبة لتأمين الحماية المنشودة 0
- عدم التداول الفعلي بين التجار في مجال بطاقات الإئتمان 0
- بطء الإجراءات 0
- ضعف شبكة الإتصالات ، مما يؤخر إنتقال وتحميل المعلومات 0
- عدم شمول التجارة الإلكترونية كافة القطاعات الإقتصادية 0
- إنحصار التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية فقط 0
- عدم توفر أدلة بعناوين المواقع الإلكترونية 0

---

14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟  
(31%) مرتفعة  
(34%) متوسطة  
(35%) منخفضة

---

15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة للشركات العالمية في مجال إختصاصك ؟  
(46%) نعم  
(25%) أحيانا  
(29%) لا

---

16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

Yahoo (55%)  
AltaVista (9%)  
Google (28%)

(%5) Lycos  
(%3) Dogpile

أخرى ، أذكرها حسب أهميتها لك:

- MSN
- Microsoft
- Ajeeb
- Gulfdirectory
- Ayna
- Info

---

17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بإدخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي آخر ،  
وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟  
نعم (%5)      أحيانا (%13)      لا (%82)

---

18 - هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟  
نعم (%21)      لا (%79)

---

\* إذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونيا ؟  
نعم (%70)      لا (%30)

---

\* إذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟  
- عدم تواصل الغرفة مع أعضاء الهيئة العامة0  
- عدم قيام الغرفة بالترويج لهذا المشروع0

---

19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟  
نعم (%15)      لا (%85)

---

\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :  
- لم تتلق الشركة أي خبر بوجود موقع إلكتروني للغرفة0  
- جهل عنوان الموقع الإلكتروني للغرفة لعدم الترويج له0  
- عدم توفر إتصال إلكتروني 0  
- عدم توفر أجهزة حاسوب 0  
- عدم الحاجة لزيارة الموقع0  
- ضيق الوقت0

---

\* إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهريا ؟  
(%95) أقل من 5 مرات0  
(%5) أقل من 10 مرات0  
(%0) أكثر من 10 مرات0

---

20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ؟  
(87% نعم) (13% لا)

- 21- ما هي المعلومات التي تهتم (ترغب) بالإطلاع عليها في الموقع ؟
- عناوين الشركات 0
  - القوانين والتشريعات 0
  - أسعار البضائع العالمية 0
  - نشاطات وأخبار الغرفة 0
  - الفرص التجارية 0
  - الأخبار الإقتصادية العالمية 0
  - الدورات التدريبية 0
  - المستجدات العالمية في مجال التجارة 0
  - التعريفات الجمركية 0
  - العطاءات الحكومية 0
  - المواضيع المتعلقة بالملكية الفكرية 0
  - إرشادات حول أساليب التسويق التجاري الدولية 0
  - آليات استخدام الإنترنت في المجال التجاري 0
  - الإتفاقيات والبروتوكولات التي تعقدها المملكة مع دول العالم 0
  - معلومات وإحصاءات حول الإقتصاد الأردني 0
  - عناوين المواقع الإلكترونية العالمية المختصة في المجال الإقتصادي 0

- 22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكتروني ؟
- قيام الغرفة بحملة إرشاد وتوعية شاملة حول موقعها الإلكتروني 0
  - تفعيل الموقع وزيادة وتنويع المعلومات المتوفرة فيه 0
  - التحديث الدائم والمستمر للمعلومات الموجودة على الموقع 0
  - إضافة أسماء المصانع الأردنية وعدم الإقتصار على الشركات التجارية 0
  - التواصل مع أعضاء الغرفة من خلال البريد الإلكتروني 0
  - أن يكون الموقع الإلكتروني للغرفة بعدة لغات إلى جانب العربية 0
- والإنجليزية 0

23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة توفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية ؟

- عقد الدورات المختصة بالتجارة والمعاملات الإلكترونية 0
- الدراسات الإقتصادية العالمية والمحلية 0
- زيادة النشاط الإعلامي للغرفة 0
- تزويد الشركات بالمستجدات الدولية باستمرار 0
- الرد المباشر على الإستفسارات الواردة عبر الموقع الإلكتروني 0
- الترويج للسلع الأردنية في الأسواق الدولية 0
- تجديد الإشتراك إلكترونياً 0
- توفير عناوين المواقع الإلكترونية لجميع القطاعات التجارية 0

- توفير أجهزة حاسوب لصغار التجار بأسعار مناسبة وأقساط شهرية 0
- إعداد أقراص مدمجة تتضمن معلومات عن أعضاء الغرفة وعناوينهم ،  
وتوزيعه على كافة الأعضاء 0

---

24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان ؟

- (%5) كفالات 0
- (%18) شهادات منشأ 0
- (%17) دورات تدريبية 0
- (%15) تصديق فواتير 0
- (%4) خدمات المكتبة 0
- (%9) معلومات وإحصاءات 0
- (%32) لاشيء 0

---

النسب المئوية لإجابات الإستبانة - الدرجة الرابعة:

نوع الشركة:

- (%10) توصية بسيطة 0
- (%20) تضامن 0
- (%7) محدودة المسؤولية 0
- (%7) مساهمة خاصة 0
- (%0) مساهمة عامة 0
- (%56) فردية 0

المؤهلات العلمية للمدير المسؤول:

(%21) ثانوية عامة فما دون 0

(%19) دبلوم 0

(%50) بكالوريوس 0

(%10) دراسات عليا 0

المؤهلات العملية للمدير المسؤول:

(%35) 1-5 سنوات 0

(%16) 6-10 سنوات 0

(%29) 11-15 سنة 0

(%20) 16 سنة فأكثر 0

32- هل تستخدم جهاز فاكس في عملك؟

(%34) لا

(%66) نعم

33- هل تمتلك هاتفاً خلوياً؟

(%12) لا

(%88) نعم

34- ما عدد العاملين في الشركة؟

(%94) 1-5 0

(%2) 6-10 0

(%2) 11-15 0

(%2) 16 فأكثر 0

35- هل يتوفر لدى الشركة أجهزة حاسوب؟

(%34) لا

(%66) نعم

\* إذا كان الجواب ( لا ) اذكر الأسباب ، وانتقل إلى السؤال رقم (10)

- طبيعة العمل لا تستدعي إستعمال الحاسوب 0

- حجم العمل بسيط ولايستدعي استعمال الحاسوب 0

- عدم المعرفة باستعمال الحاسوب 0

- عدم توفر السيولة لشراء حاسوب 0

\* إذا كان الجواب نعم ، كم عدد العاملين الذين يستخدمون الحاسوب؟

(%90) 1-5 0

(%4) 6-10 0

(%6) 10 فأكثر 0

\* هل تقوم باستخدام الحاسوب بنفسك؟

لا (42%)

نعم (58%)

• في حالة شركة التضامن، هل يقوم شركاؤك باستخدام الحاسوب؟  
نعم (18%) لا (82%)

36- هل يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على برامج الحاسوب؟  
نعم (30%) لا (19%) أحيانا (51%)

\*إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :  
- طبيعة العمل محدودة ، ولا تحتاج للتدريب المتواصل  
- ضيق الوقت  
- يوجد برامج جاهزة تغني عن التدريب  
- الموظفون يدرّبون أنفسهم بأنفسهم

37- هل لديك بريد إلكتروني مجاني؟  
نعم (37%) لا (63%)

7- هل لديك بريد إلكتروني مدفوع الأجر؟  
نعم (21%) لا (79%)

8- هل لديك اشتراك في شبكة الإنترنت؟  
نعم (42%) لا (58%)

• في حال كان الجواب نعم ، يرجى ذكر نوع الإشتراك :  
سنوي (36%)  
شهري (23%)  
ADSL (15%)  
بطاقات مدفوعة مسبقاً (26%)

9- ما هي أوجه استخدامات الحاسوب لديك؟

محاسبة (27%)  
طباعة (37%)  
بريد إلكتروني (23%)  
تجارة إلكترونية (13%)  
غيرها ، أذكرها:  
- تصميم برامج  
- رسوم هندسية  
- تصميم إعلانات

10- هل لديك موقع إلكتروني؟

لا (85%)

نعم (15%)

\* إذا كان الجواب نعم ، هل تقوم بترويج هذا الموقع عبر وسائل الترويج المختلفة؟  
نعم (22%) لا (78%)

11- هل تقوم بتلقي عروض من خلال برامج التجارة الإلكترونية ؟ :  
نعم (27%) لا (73%)

\* إذا كان الجواب لا 0000 اذكر الأسباب :

- عدم وجود إتصال اليكتروني 0
- محدودية طبيعة العمل 0
- تردي الوضع الإقتصادي 0
- قلة الوعي حول التجارة الإلكترونية 0
- الإعتماد على السوق المحلي فقط 0
- ضعف المعرفة باللغة الإنجليزية 0
- عدم الثقة بالتجارة الإلكترونية ومردودها المادي 0

12- هل قمت باستخدام بطاقات الإئتمان لشراء بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ؟  
نعم (17%) لا (83%)

13- اذكر المعوقات التي تواجهك عند التعامل بالتجارة الإلكترونية :  
- عدم توفر المصدقية والثقة 0  
- عدم تعامل الكثير من المواقع الإلكترونية مع الأردن 0

14- باعتقادك، ما نسبة الفائدة التي تحققت للشركة/المؤسسة جراء التعامل الإلكتروني؟  
مرتفعة (25%) متوسطة (30%) منخفضة (45%)

15- هل تقوم باستخدام الانترنت في متابعة المنتجات والمواصفات والمقاييس والعروض المدرجة للشركات العالمية في مجال إختصاصك ؟  
نعم (25%) أحيانا (18%) لا (57%)

16- ما هي مواقع البحث الإلكتروني الأكثر أهمية لك للإطلاع عليها؟

Yahoo (60%)  
AltaVista (4%)  
Google (32%)  
Lycos (1%)  
Dogpile (3%)

أخرى ، أذكرها حسب أهميتها لك:

- MSN.

- Infoseek.
- Aol.
- Western digital.

17- هل هنالك عروض ترويجية تقوم بادخالها على موقعك أو من خلال أي موقع ترويجي اخر ،  
وحسب مواسم البيع لأنواع السلع والخدمات التي تقدمها؟  
(%5) نعم (7%) أحياناً (88%) لا

18 - هل لديك فكرة عن مشروع تحويل غرفة تجارة عمان إلى غرفة إلكترونية؟  
(%17) نعم (83%) لا

\* إذا كان الجواب نعم ، هل لديك رغبة لانجاز معاملاتك مع الغرفة الكترونيا ؟  
(%53) نعم (47%) لا

\* إذا كان الجواب لا ، يرجى ذكر الاسباب ؟  
- عدم قيام الغرفة بإبلاغ الشركات عن هذا المشروع  
- عدم تواصل الغرفة مع أعضائها

19- هل زرت الموقع الإلكتروني لغرفة تجارة عمان ؟  
(%8) نعم (92%) لا

\* إذا كان الجواب لا 000 اذكر الأسباب :  
- عدم معرفة عنوان الموقع الإلكتروني للغرفة  
- عدم توفر اتصال اليكتروني  
- عدم قيام الغرفة بالإعلان والترويج لموقعها الإلكتروني  
- ضيق الوقت  
- عدم تواصل الغرفة مع أعضائها

\* إذا كان الجواب نعم 00كم عدد المرات التي تزور فيها الموقع شهريا ؟  
(%100) أقل من 5 مرات  
(%0) أقل من 10 مرات  
(%0) أكثر من 10 مرات

20- هل تُشجع إيجاد (نشر) فرص تجارية على موقع الغرفة الإلكتروني ؟  
(%75) نعم (25%) لا

21- ما هي المعلومات التي تهتم (ترغب) بالإطلاع عليها في الموقع ؟  
- المعاملات التجارية مع دول العالم  
- النشاط التجاري في المملكة



- فرص عمل 0
- الفرص التجارية والمعارض 0
- القوانين والتشريعات والتعليمات والأنظمة 0
- الدورات التدريبية 0
- أسماء وعناوين الشركات المحلية ، وكبريات الشركات الدولية 0
- مؤشرات التجارة الخارجية بين الأردن ودول العالم 0
- إحصاءات ومؤشرات إقتصادية محلية ودولية 0
- شروط وإجراءات تسجيل الشركات 0

---

22- ما هي اقتراحاتك لتطوير موقع الغرفة الإلكترونية ؟

- تبسيط البحث عن أسماء الشركات وطباعتها 0
- قيام الغرفة بحملة إرشادية واسعة للتعريف بموقعها الإلكتروني 0
- ترويج السلع والمنتجات الأردنية 0

---

23- ما هي المساعدات الفنية وغيرها التي تقترح على الغرفة توفيرها لك لتطوير أعمالك الإلكترونية ؟

- دورات تدريبية حول التجارة الإلكترونية 0
- توفير بريد إلكتروني خاص لكل شركة مسجلة لدى الغرفة 0
- تقديم الدعم الفني لتصميم المواقع الإلكترونية 0
- ربط أعضاء الغرفة إلكترونيا ومباشرة من خلال موقعها الإلكتروني 0
- توفير أجهزة حاسوب للتجار في مبنى الغرفة 0
- إصدار نشرات تعريفية لتوضيح كيفية البحث والتعامل مع المواقع الإلكترونية للشركات الدولية 0

---

24- ما هي الخدمات التي تستفيد منها في غرفة تجارة عمان ؟

- (4%) كفالات 0
  - (7%) شهادات منشأ 0
  - (18%) دورات تدريبية 0
  - (18%) تصديق فواتير 0
  - (6%) خدمات المكتبة 0
  - (12%) معلومات وإحصاءات 0
  - (35%) لاشيء 0
-