



# تقرير المؤشرات الاحصائية لقطاع الإعلام و الإعلان

إعداد

بنك المعلومات الاقتصادية  
الغرفة التجارية الصناعية بالرياض

تنفيذ

إدارة التسويق



## مقدمة

إن قطاع الإعلام والإعلان المرئي والمسموع والمقروء من القطاعات التي تحظى بإهتمام وتشجيع الدولة ونتيجة لذلك شهد هذا القطاع إنتعاشة كبيرة شملت كافة الأنشطة التي يقوم بها. ونظر لتطور وسائل الإعلام والاعلان؛ فقد أصبح هذا القطاع يمثل أهمية كبرى للقطاعات الاقتصادية كافة في المجتمع حيث لم تعد مهمة الإعلان هي محض ترويج السلع والخدمات، إنما امتدت لتشمل تحريك أوجه النشاط في جميع المجالات الاقتصادية التجارية والصناعية والزراعية والمجالات الثقافية والاجتماعية .

وترجع أهمية قطاع الإعلام والإعلان الى ما يمثله هذا القطاع وما يقدمه من خدمات وأنشطة للشركات والمؤسسات العاملة في السوق السعودي، التي تحتاج بطريقة أو بأخرى إلى خدمات هذا القطاع في الإعلان والترويج عن منتجاتهم، كما أن هناك عجز في البيانات والمعلومات المتعلقة بقطاع الإعلام والإعلان في المملكة بصفة عامة والرياض بصفة خاصة، وإعتماد الكثير من القطاعات الاقتصادية على هذا القطاع الحيوي، في تسويق وترويج أنشطته وخدماته.

وفي إطار سعي الغرفة التجارية الصناعية بالرياض إلى خدمة منتسبيها وتوفير معلومات موثقة ومحدثة عن القطاعات الاقتصادية؛ جاء إصدار المؤشر الإحصائي عن قطاع الإعلام والإعلان في مدينة الرياض، والذي يعد ملخصاً للمؤشرات والبيانات الإحصائية التي وردت في الدراسة التحليلية عن واقع منشآت قطاع الاعلام والإعلان والتي صدرت عام ٢٠١٤ م .

وقد تم إعداد هذا التقرير؛ بناءً على المعلومات التي تم حصرها من خلال البيانات والاحصاءات الرسمية بالإضافة إلى المسوح والزيارات الميدانية التي تمت لمنشآت القطاع ، حيث تم مسح ميداني شامل قام به أحد المكاتب الاستشارية المتخصصة لمنشآت القطاع في مدينة الرياض ومقابلة المسؤولين في هذه المنشآت والتعريف على مشكلاتهم ومقترحاتهم، من خلال تعبئة الإستبيان المعد لهذا الغرض .

ونهدف من وراء هذا الاصدار إلى توفير معلومات وبيانات في صورة جداول ورسوم بيانية توضح أهم السمات العامة والمؤشرات التحليلية لمنشآت الإعلام والإعلان في مدينة الرياض.

في حال حاجتكم إلى مزيد من المعلومات والبيانات التفصيلية خاصة بمنشآت الإعلام والإعلان، نرجو الرجوع إلى الدراسة التحليلية المشار إليها عاليه.



## أولاً :- المؤشرات العامة لمنشآت الإعلام والإعلان

تطور أعداد التراخيص لقطاع الإعلام والإعلان خلال الفترة ٢٠٠٤ - ٢٠١٢ م:

التراخيص الصادرة بمدينة الرياض									نوع النشاط
٢٠١٢	٢٠١١	٢٠١٠	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	٢٠٠٤	السنة
٥٧٧	٥٢٧	٤٧٨	٤٢٨	٣٩٠	٣١٤	٢٨٨	٢١٥	١٩٢	دعاية وإعلان
٩	١٠	١٢	١٠	٢٤	٩	٣٤	١٢		معدل النمو
٢٠١	١٨٢	١٦٢	١٤٣	١٢٢	١٠١	٩١	٦٧	٤٢	علاقات عامة
١١	١٢	١٤	١٧	٢١	١١	٣٦	٦٠		معدل النمو
٦٢	٥٦	٤٩	٤٢	٣٥	٣٠	٢٢	١٥	٩	معدل النمو
١٢	١٤	١٦	٢١	١٧	٣٦	٤٧	٦٧		معدل النمو
١٧٨	١٦٩	١٦١	١٥٣	١٤٨	١٣٢	١٢٧	١١٩	١١٣	طباعة ونشر
٥	٥	٥	٣	١٢	٤	٧	٥		معدل النمو
٧٣	٦٦	٦٠	٥٣	٤٧	٤٠	٣٣	٢٧	٢١	إنتاج فني
١٠	١١	١٢	١٣	١٨	٢١	٢٢	٢٩		معدل النمو
١٠٩٠	١٠٠٠	٩١٠	٨١٩	٧٤٢	٦١٧	٥٦١	٤٤٣	٣٧٧	المجموع
٩	١٠	١١	١٠	٢٠	١٠	٢٧	١٨	-	نسبة النمو في التراخيص الصادرة %
% ١٤,٤									متوسط معدل النمو السنوي %

المصدر: وزارة الثقافة والإعلام - عام ٢٠١٢ م تقديري وفق معدل النمو السنوي للفترة السابقة

## تطور حجم الإنفاق على الإعلانات حسب وسيلة الإعلان للفترة ٢٠١٠-٢٠١٣م:

وسائل الإعلان	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣
	القيمة بالريال	القيمة بالريال	القيمة بالريال	القيمة بالريال
الصحافة	٣,١٣٩,٦١١,٧٦٥	٣,٥١٢,٧١١,٥١٠	٣,٥٣٨,٠٢٦,٣٠٥	٣,٥٨٩,٣٣٣,٧٤٠
اللوحات الخارجية في الشوارع	٩١٥,٤٧٢,٦٥٦	٨٨١,٧٩٤,٠٦٦	١,٤١٢,٠٨٩,٨٦٣	١,٢٤٠,٦٥٨,٥٥١
الاذاعة	٣١٢,٧٦٨,٦٩٧	٥١٧,٩٠٧,٤٥٦	٧٣٨,٤٧٠,٤٤٧	٨٥٧,١٩٦,٩٧١
التلفاز	٢٥٤,٠٧٠,٨٤١	٤١٥,٢٧٤,٩٣٦	٣٥٢,٣٣٩,٦١٨	٣٢٧,١٤٠,٣٩٥
المجموع	٤,٦٢١,٩٢٣,٩٥٩	٥,٣٢٧,٦٨٧,٩٦٨	٦,٠٤٠,٩٢٦,٢٣٣	٦,٠١٤,٣٢٩,٦٥٧
معدل النمو السنوي %		١٥,٣	١٣,٤	٠,٤-
متوسط معدل النمو السنوي %	%٩,٤			

المصدر : بيانات أيسوس للأبحاث و المعلومات الإحصائية الإعلامية – IPSOS

## تطور حجم الإنفاق على الإعلانات حسب نوع وسيلة الإعلان للفترة ٢٠١٠ - ٢٠١٣ م

السنوات	٢٠١٠	٪	٢٠١١	٪	٢٠١٢	٪	٢٠١٣	٪
الصحف	٢,٩٩٦,٠٣٢,٣١٩	٪٦٥	٣,٤٠١,١٧٢,٠١٦	٪٦٤	٣,٤٥١,٨٥٤,١٧٢	٪٥٧	٣,٤٨٢,٧٨٥,٩٦٥	٪٥٧,٩
الوطنية (اذاعة وتلفاز)	٥٦٦,٨٣٩,٥٣٨	٪١٢	٢٧٢,١٩٥,١٨٠	٪٥	١,٠٩٠,٨١٠,٠٦٥	٪١٨	١,١٨٤,٣٣٧,٣٦٦	٪١٩,٧
لوحات ٣x٤	٥٠٣,٠٠٧,٤٠٠	٪١١	٤٣٢,٨٦٢,٩٩٥	٪٨	٧٣٠,٣٩٧,١٢٤	٪١٢	٥٤١,٢٤٨,٥١٦	٪٩,٠
Mubi موبى/اعلانات الطرق	٢٤٤,٠٨٨,٨٣٥	٪٥	٣٥٨,٩٣٠,٣٠٠	٪٧	٣٦٥,٤٥٢,٨٤٢	٪٦	٢٨١,٨٨٩,٢٥٠	٪٤,٧
مجلة	١٤٣,٥٧٩,٤٤٦	٪٣	١١١,٥٣٩,٤٩٤	٪٢	٨٦,١٧٢,١٣٣	٪١	١٠٦,٥٤٧,٧٧٥	٪١,٨
ستلايت (فضائيات)	٩٢,٨٨١,٥٤٨	٪٢	٦٦٠,٩٨٧,٢١٢	٪١٢	١٦٢,٣٥٣,٢٥٠	٪٣	٢٥١,٠٤٩,٩٧٠	٪٤,٢
شاشة LED	٦٨,١٥٣,٨٤٠	٪١	٨٥,٠٣٥,٥٩٠	٪٢	١٥٠,٦٦٥,٤٢٠	٪٢	١٦٣,٠٩٧,٥٢٨	٪٢,٧
الشاشات	٧,٣٤١,٠٣٣	٪٠	٤,٩٦٥,١٨١	٪٠	٣,٢٢١,٢٢٧	٪٠	٣,٣٧٣,٢٨٧	٪٠,١
المجموع	٤,٦٢١,٩٢٣,٩٥٩	٪١٠٠	٥,٣٢٧,٦٨٧,٩٦٨	٪١٠٠	٦,٠٤٠,٩٢٦,٢٣٣	٪١٠٠	٦,٠١٤,٣٢٩,٦٥٧	٪١٠٠

المصدر : بيانات أيسوس للأبحاث و المعلومات الاحصائية الإعلامية - IPSOS

## تطور حجم الإنفاق الإعلاني في المملكة للفترة ٢٠٠٥ - ٢٠١٣ م:

الأهمية النسبية	الإجمالي	القيمة بالمليون ريال									الوسيلة	
		٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١	٢٠١٠	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٧	٢٠٠٦	٢٠٠٥	الأعوام	
%٦٥	٣٠,٠٩٤	٣,٤٨٣	٣,٤٥٢	٣,٤٠١	٢,٩٦٦	٣,٠٣٩	٣,٦٩٤	٣,٣٥٠	٣,١٩١	٣,٥١٨	الإعلان المقروء	الصحف
%٣	١,٣٦٧	١٠٦,٥	٨٦	١١٢	١٤٣	١٦٦	٢٠٢	١٨٣	١٧٥	١٩٣		المجلات
%٦٨	٣١,٤٦١	٣,٥٩٠	٣,٥٣٨	٣,٥١٣	٣,١٠٩	٣,٢٠٥	٣,٨٩٦	٣,٥٣٣	٣,٣٦٦	٣,٧١١	مجموع الإعلام المقروء	
%٨	٣,٨٥٥	٥٤١,٢	٧٣٠	٤٣٣	٥٠٣	٢٩٨	٣٦٣	٣٢٩	٣١٣	٣٤٥	اللوحات	اللوحات
%٦	٢,٧٩٦	٢٨١,٩	٣٦٥	٣٥٩	٢٤٤	٢٨٠	٣٤٠	٣٠٨	٢٩٤	٣٢٤		الإعلان المتحركة
%٣	١,٣٦٠	١٦٦,٥	١٥٣	٩٠	٩٠	١٥٦	١٨٩	١٧٢	١٦٣	١٨٠		الشاشات التلفزيونية
%١٧	٨٠١٠,٦	٩٨٩,٦	١٢٤٨	٨٨٢	٨٣٧	٧٣٤	٨٩٢	٨٠٩	٧٧٠	٨٤٩	مجموع اللوحات الاعلانية	
%٨	٣,٩٠٦	٥٧٨,١	١٠٩٠	٢٧٢	٥٦٧	٢٥٣	٣٠٨	٢٧٩	٢٦٦	٢٩٣	الإعلان المرئي والمسموع	التلفاز
%٦	٢,٩٢٨	٨٥٧,٢	١٦٤	٦٦١	١٠٩	٢٠٦	٢٥٠	٢٢٧	٢١٦	٢٣٨		الاذاعة
%١٥	٦,٨٣٤	١٤٣٥,٣	١٢٥٤	٩٣٣	٦٧٦	٤٥٩	٥٥٨	٥٠٦	٤٨٢	٥٣١	مجموع الإعلان المرئي والمسموع	
%١٠٠	٤٦,٣٠٥	٦,٠١٤	٦,٠٤٠	٥,٣٢٨	٤,٦٢٢	٤,٣٩٨	٥,٣٤٦	٤,٨٤٨	٤,٦١٨	٥,٠٩١	المجموع	
		٠,٤٢-	١٣,٣٦	١٥,٢٧	٥,٠٩	١٧,٧٣-	١٠,٢٧	٤,٩٨	٩,٢٩-		معدل التغير	
					%٢,٧						متوسط معدل النمو السنوي %	

المصدر: بيانات أيسوس للأبحاث و المعلومات الإحصائية الإعلامية - IPSOS

## ثانياً : المؤشرات التحليلية لمنشآت قطاع الإعلام و الإعلان بمدينة الرياض

تم أعداد هذه المؤشرات استناداً إلى دراسة المسح الميداني لمنشآت قطاع الإعلام و الإعلان بمدينة الرياض عام ٢٠١٤م والتي قام بالإشراف عليها بنك المعلومات الاقتصادية، وقد بلغ حجم عينة الدراسة ٣٤٨ منشأة.

### السمات العامة لمنشآت قطاع الإعلام و الإعلان بمدينة الرياض

النسبة المئوية (%)	البيان
	توزيع منشآت الإعلام و الإعلان من حيث ملكية المقر
٨٦%	استئجار المقر
١٠%	تملك المقر
٤%	لم يحدد
	توزيع منشآت الإعلام و الإعلان حسب عدد الفروع
٧٥%	داخل الرياض
١٧%	خارج الرياض
٨%	خارج المملكة
	توزيع منشآت الإعلام و الإعلان حسب جنسية القوى العاملة
٣٣%	سعودي
٦٧%	غير سعودي

النسبة المئوية (%)	البيان
	الكيان القانوني لمنشآت الإعلام و الإعلان
٧٩%	مؤسسة فردية
٢%	استثمار اجنبي
١%	شركة تضامن
١٤%	شركة ذات مسؤولية محدودة
١%	مساهمة مغلقة
٣%	لم يحدد
	توزيع منشآت الإعلام و الإعلان حسب المناطق
٥%	جنوب الرياض
١٤%	شرق الرياض
٣٣%	شمال الرياض
٦%	غرب الرياض
٤٢%	وسط الرياض

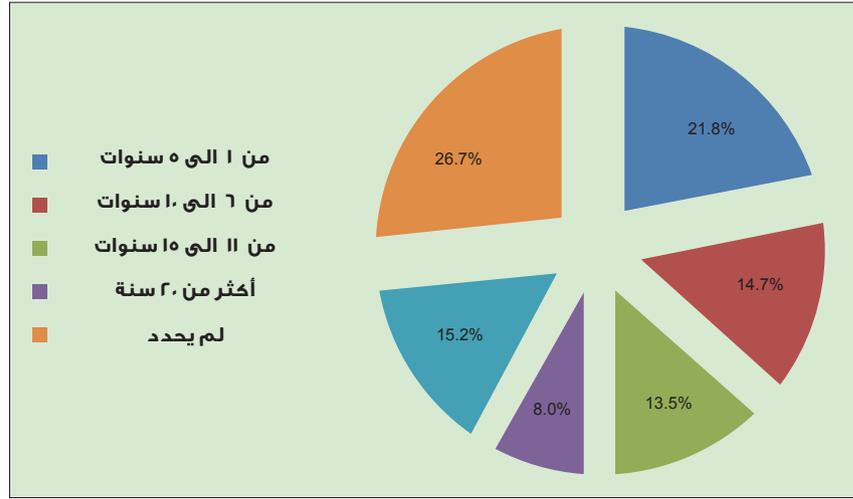
## الأنشطة الفعلية الممارسة في منشآت الإعلام والإعلان بالرياض

النسبة المئوية %	عدد المنشآت التي أجابت	الانشطة
٪١٨,٤	١١٦	خطاط ورسام
٪٤١,٥	٢٦١	خدمات دعاية وإعلان
٪٢٤,٨	١٥٦	طباعة ونشر
٪١٥,٣	٩٦	إعلام وإنتاج فني
٪١٠٠	٦٢٩	الإجمالي



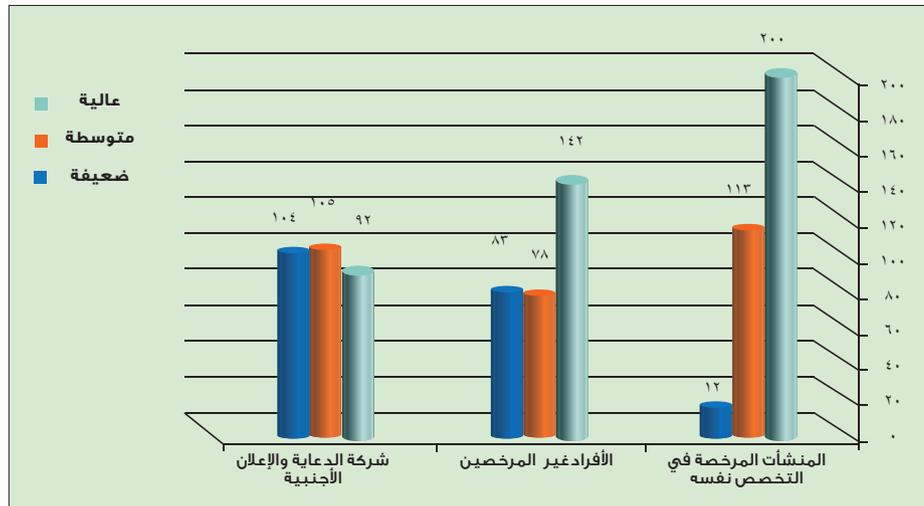
## توزيع منشآت الإعلام والإعلان حسب سنوات الخبرة:

الأهمية النسبية %	عدد المنشآت	سنوات مزاوله النشاط
٪٢١,٨	٧٦	من ١ إلى ٥ سنوات
٪١٤,٧	٥١	من ٦ إلى ١٠ سنوات
٪١٣,٥	٤٧	من ١١ إلى ١٥ سنوات
٪٨,٠	٢٨	من ١٦ إلى ٢٠ سنة
٪١٥,٢	٥٣	أكثر من ٢٠ سنة
٪٢٦,٧	٩٣	لم يحدد
٪١٠٠	٣٤٨	الإجمالي



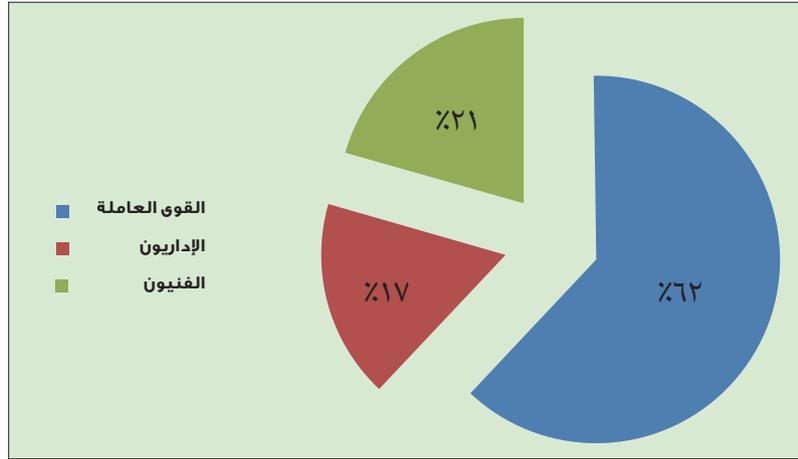
## درجة المنافسة مع الجهات الأخرى

%	إجمالي عدد المنشآت	درجة المنافسة						الجهات المنافسة
		كبيره	متوسطة	صغيرة	كبيره	متوسطة	صغيرة	
%١٠٠	٣٢٥	٢٠٠	١١٣	١٢	%٦٢	%٣٥	%٤	المنشآت المرخصة في التخصص نفسه
%١٠٠	٣٠٣	١٤٢	٧٨	٨٣	%٤٧	%٢٦	%٢٧	الأفراد غير المرخصين
%١٠٠	٣٠١	٩٢	١٠٥	١٠٤	%٣١	%٣٥	%٣٥	شركة الدعاية والإعلان الأجنبية



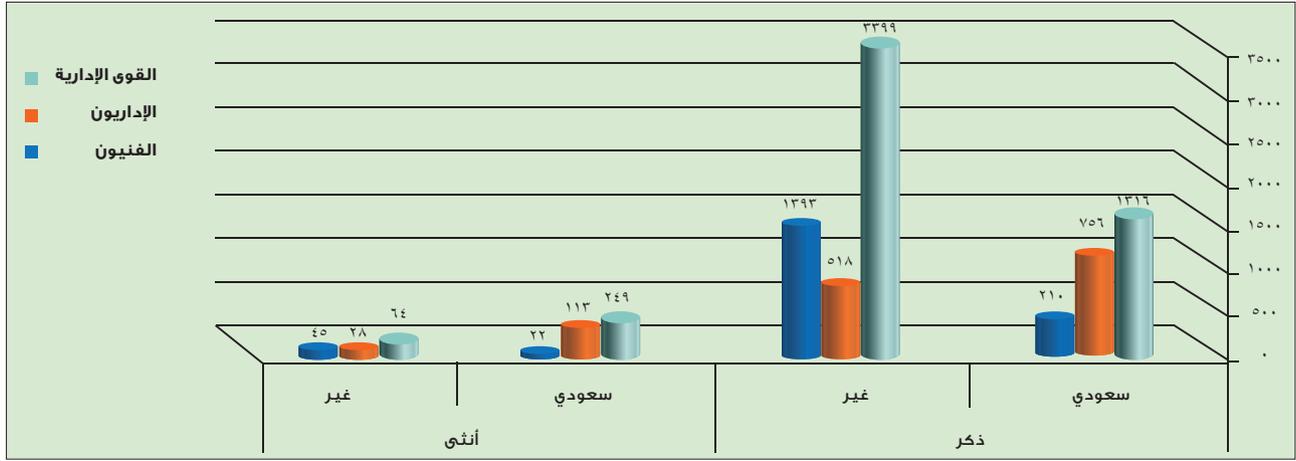
## توزيع منشآت الإعلام والإعلان حسب نوعية العمالة

البيان	عدد المنشآت	عدد العمالة	متوسط عدد العمالة بالمنشأة	نسبة العمالة إلى الإجمالي
القوى العاملة العادية	٢٢٧	٥٠٢٨	٢٢,١	٪٦٢
الإداريون	٢٠٣	١٤١٥	٧,٠	٪١٧
الفنيون	١٧٠	١٦٧٠	٩,٨	٪٢١
إجمالي العمالة	٣٤٨	٨١١٣		٪١٠٠
متوسط عدد العمالة في المنشأة الواحدة			٢٣,٣١	



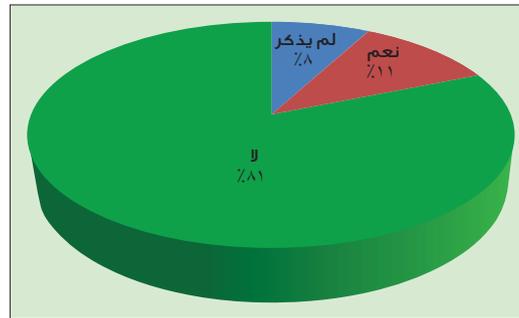
## توزيع منشآت الإعلام والإعلان حسب جنسية نوعية العمالة

العمالة	ذكر		أنثى		الإجمالي		نسبة إلى الإجمالي
	سعودي	غير سعودي	سعودي	غير سعودي	سعودي	غير سعودي	
القوى العاملة	١٣١٦	٣٣٩٩	٢٤٩	٦٤	١٥٦٥	٣٤٦٣	٪٦٢
الإداريون	٧٥٦	٥١٨	١١٣	٢٨	٨٦٩	٥٤٦	٪١٧
الفنيون	٢١٠	١٣٩٣	٢٢	٤٥	٢٣٢	١٤٣٨	٪٢١
الإجمالي	٢٢٨٢	٥٣١٠	٣٨٤	١٣٧	٢٦٦٦	٥٤٤٧	٪١٠٠
النسبة	٪٢٨	٪٦٥	٪٥	٪٢	٪٣٣	٪٦٧	٪١٠٠



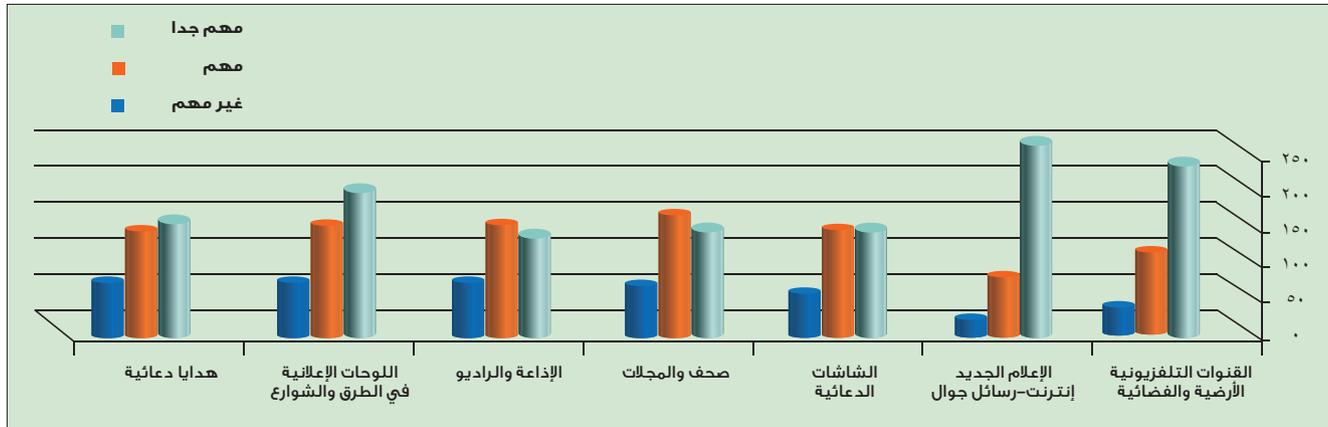
## وجود تعاون أو شراكة بين منشآت الإعلام والإعلان ومنشآت إعلامية وإعلانية دولية

النسبة المئوية %	عدد المنشآت التي أجابت	البيان
٪١١	٣٩	نعم
٪٨١	٢٨٢	لا
٪٨	٢٧	لم يذكر
٪١٠٠	٣٤٨	<b>الإجمالي</b>



## أكثر الوسائل أهمية لإيصال الرسالة الإعلانية

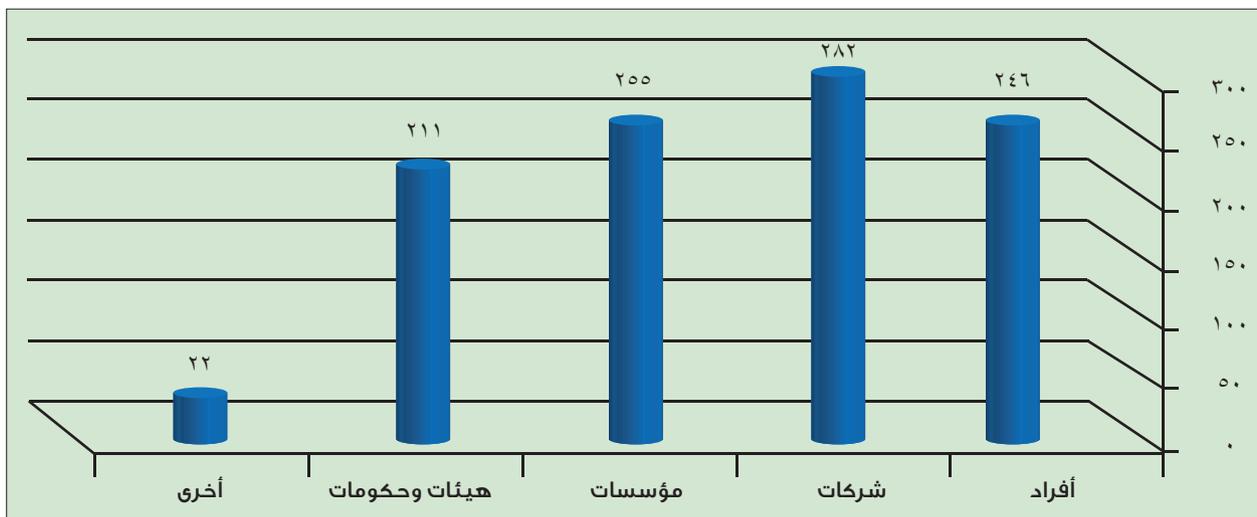
الوسيلة الإعلانية	مهم جدا	مهم	غير مهم	مهم	غير مهم	الإجمالي الكلي	%
القنوات التلفزيونية الأرضية والفضائية	٢١٤	٧٩	١٣	٧٩	١٣	٣٠٦	%١٠٠
الإعلام الجديد (إنترنت - رسائل الجوال)	٢٤٥	٦٢	٦	٦٢	٦	٣١٣	%١٠٠
الشاشات الدعائية	١٣٥	١٣٦	٢٩	١٣٦	٢٩	٣٠٠	%١٠٠
صحف ومجلات	١٢٣	١٤٧	٣٦	١٤٧	٣٦	٣٠٦	%١٠٠
الإذاعة او الراديو	١١٣	١٣٤	٤٨	١٣٤	٤٨	٢٩٥	%١٠٠
اللوحات الإعلانية في الطرق والشوارع	١٦٧	١٢٥	١٨	١٢٥	١٨	٣١٠	%١٠٠
الهدايا الدعائية	١٣٠	١٢١	٥٢	١٢١	٥٢	٣٠٣	%١٠٠



## أهم العملاء الذين تقدّم لهم الخدمات الإعلامية والإعلانية

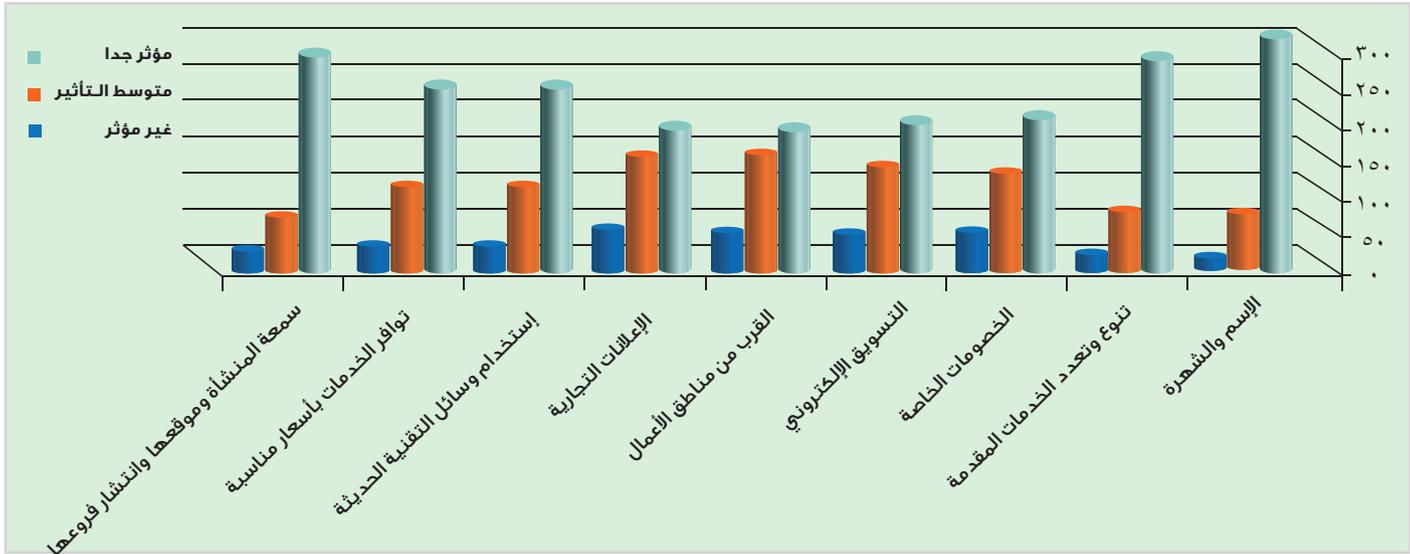
العملاء	عدد المنشآت التي أجابت	%
أفراد	٢٤٦	%٢٤
شركات	٢٨٢	%٢٨
مؤسسات	٢٥٥	%٢٥
هيئات وحكومات	٢١١	%٢١
أخرى	٢٢	%٢
<b>الإجمالي</b>	<b>١٠١٦</b>	<b>%١٠٠</b>

■ الإجمالي أكبر من العينة نظراً لأن المنشأة الواحدة تقدم خدماتها للعملاء كافة



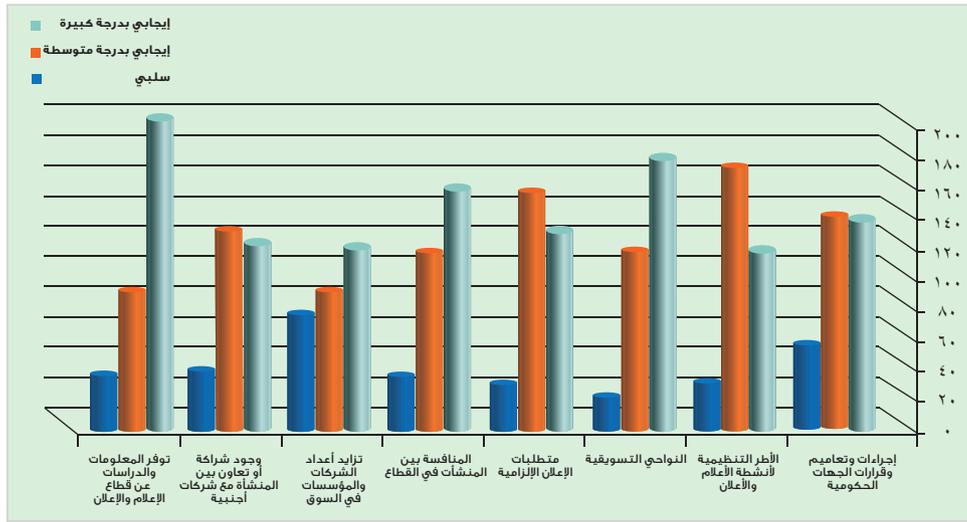
## العوامل المؤثرة على جذب العملاء لمنشآت الإعلام والإعلان

العوامل	مؤثر جدا	%	متوسط التأثير	%	غير مؤثر	%	الإجمالي الكلي	%
الاسم والشهرة	298	93%	21	7%	3	1%	322	100%
تنوع وتعدد الخدمات المقدمة	261	82%	56	18%	2	1%	319	100%
الخصومات الخاصة	176	55%	111	35%	32	10%	319	100%
التسويق الالكتروني	170	54%	116	37%	29	9%	315	100%
القرب من مناطق الأعمال	157	50%	132	42%	28	9%	317	100%
الإعلانات التجارية	158	50%	127	41%	28	9%	313	100%
استخدام وسائل التقنية الحديثة في تقديم الخدمات	225	71%	81	26%	11	3%	317	100%
توافر الخدمات بأسعار مناسبة	230	72%	78	25%	10	3%	318	100%
سمعة المنشأة وموقعها وانتشار فروعها	271	85%	44	14%	5	2%	320	100%



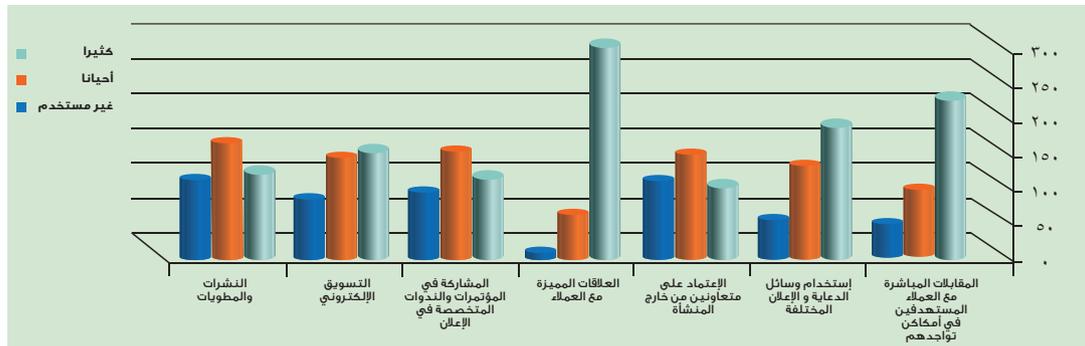
## مدى تأثير بعض العوامل على منشآت الإعلام والإعلان

العوامل	إيجابي بدرجة كبيرة	%	إيجابي بدرجة متوسطة	%	سلبى	%	الإجمالي الكلى	%
إجراءات وتعاميم وقرارات الجهات الحكومية	٤٢%	١٣٦	٤٣%	٤٧	١٥%	٣١٧	١٠٠%	
الاطر التنظيمية لأنشطة الإعلان والإعلام	٤١%	١٦١	٥٢%	٢٣	٧%	٣١٢	١٠٠%	
النواحي التسويقية	٥٤%	١٣٠	٤٢%	١٣	٤%	٣١٢	١٠٠%	
متطلبات الإعلان الالزامية	٤١%	١٥٦	٥٢%	٢١	٧%	٢٩٨	١٠٠%	
المنافسة بين المنشآت في القطاع	٤٨%	١٣٢	٤٣%	٢٨	٩%	٣٠٨	١٠٠%	
تزايد أعداد الشركات والمؤسسات في السوق	٤١%	١٠٢	٣٣%	٨١	٢٦%	٣٠٩	١٠٠%	
وجود شراكة او تعاون بين المنشأة مع شركات اجنبية	٣٩%	١٢٧	٤٢%	٥٤	١٨%	٢٩٩	١٠٠%	
توافر المعلومات والدراسات عن قطاع الإعلام و الإعلان	٦٤%	٨١	٢٦%	٣١	١٠%	٣١٠	١٠٠%	



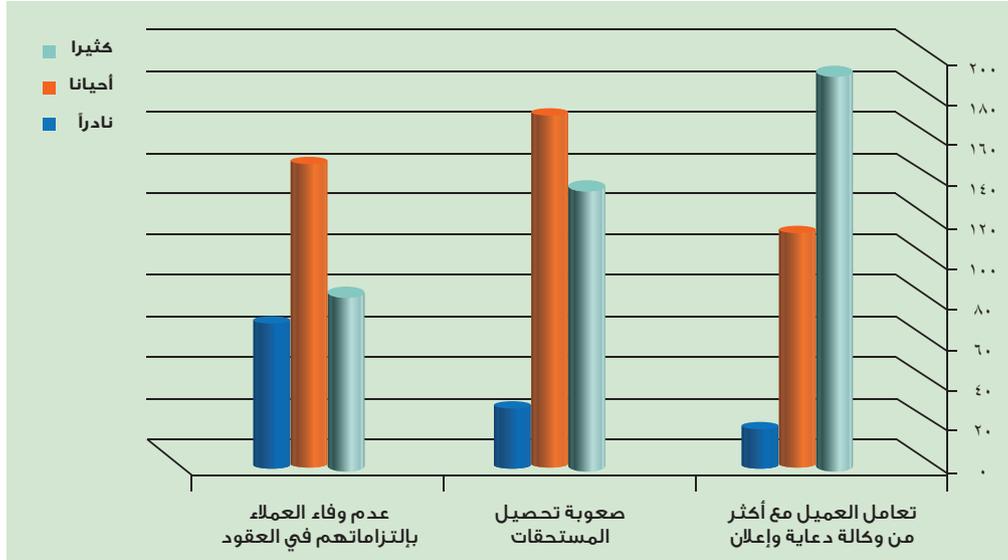
## مدى استخدام منشآت الإعلام والإعلان لوسائل الترويج و التسويق

وسيلة الترويج	كثيراً (%)	أحياناً (%)	غير مستخدم (%)	الإجمالي الكلي (%)
المقابلات المباشرة مع العملاء المستهدفين في أماكن تواجدهم	211	84	21	316
استخدام وسائل الدعاية والإعلان المختلفة	161	115	41	317
الاعتماد على متعاونين من خارج المنشأة	81	142	88	311
العلاقات المميزة مع العملاء	274	38	4	316
المشاركة في المؤتمرات والندوات المتخصصة بالإعلام	103	137	73	313
التسويق الإلكتروني ( موقع إنترنت - رسائل ... الخ )	129	124	59	312
النشرات والمطويات	89	133	88	310



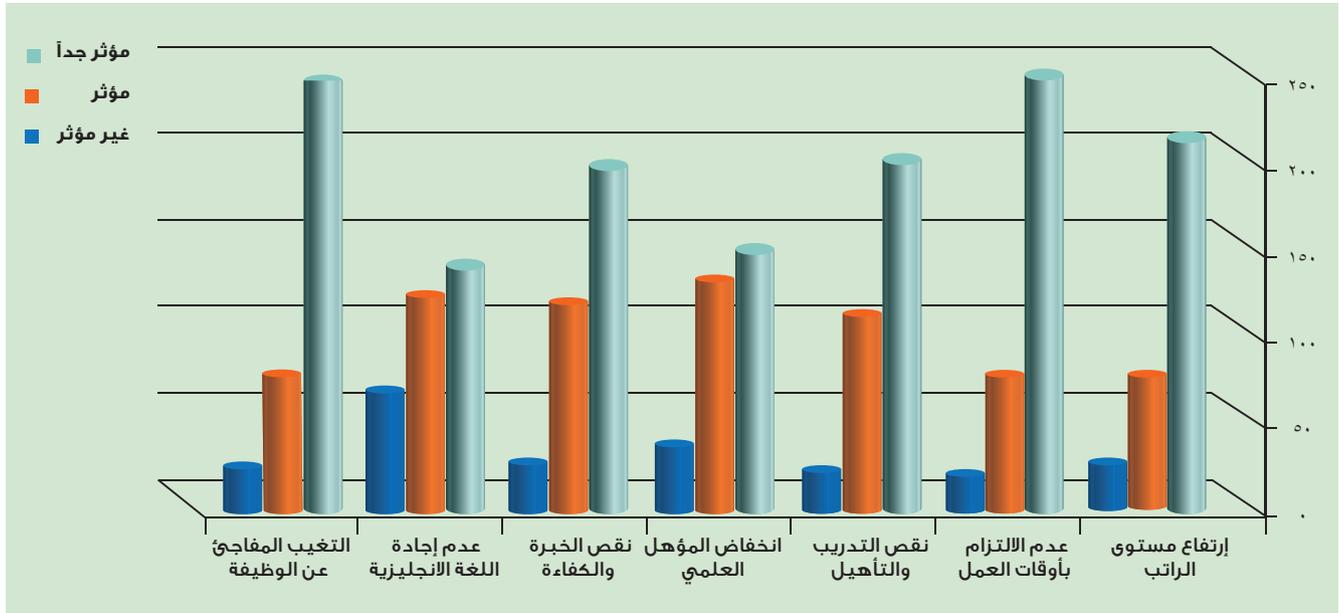
## مدى تكرار حدوث الظواهر المعيقة لنشاط الإعلام والإعلان

الظاهرة	كثيرة	%	أحيانا	%	نادرا	%	الإجمالي الكلي	%
تعامل العميل مع أكثر من وكالة دعاية وإعلان	١٨٨	٦٠%	١١١	٣٥%	١٥	٥%	٣١٤	١٠٠%
صعوبة تحصيل المستحقات	١٢٦	٤٠%	١٦٦	٥٣%	٢٤	٨%	٣١٦	١٠٠%
عدم وفاء العملاء بالتزاماتهم في العقود	٨٠	٢٥%	١٤٥	٤٦%	٩٠	٢٩%	٣١٥	١٠٠%



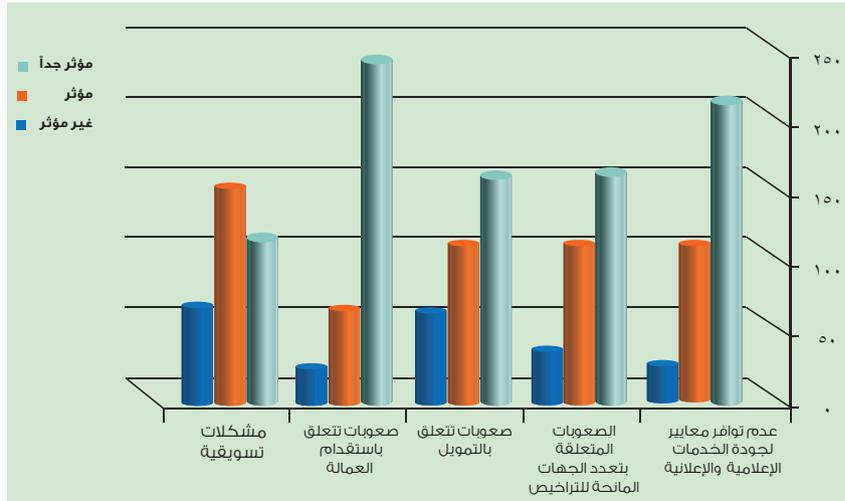
## أهم العوامل التي تحد من توظيف السعوديين في منشآت الإعلام والإعلان

العامل	مؤثر جداً	%	مؤثر	%	غير مؤثر	%	الإجمالي الكلي	%
ارتفاع مستوى الراتب	٢٠٦	٦٨%	٧٥	٢٥%	٢٤	٨%	٣٠٥	١٠٠%
عدم الالتزام بأوقات العمل	٢٣٤	٧٦%	٦٧	٢٢%	٨	٣%	٣٠٩	١٠٠%
نقص التدريب والتأهيل	١٩٣	٦٤%	١٠٠	٣٣%	١٠	٣%	٣٠٣	١٠٠%
انخفاض المؤهل العلمي	١٤٦	٤٨%	١٢٣	٤٠%	٣٦	١٢%	٣٠٥	١٠٠%
نقص الخبرة والكفاءة	١٩٣	٦٣%	١٠٣	٣٤%	١١	٤%	٣٠٧	١٠٠%
عدم إجادة اللغة الانجليزية	١٣٤	٤٤%	١١١	٣٧%	٥٧	١٩%	٣٠٢	١٠٠%
التغيب المفاجئ عن الوظيفة	٢٣١	٧٧%	٦٣	٢١%	٧	٢%	٣٠١	١٠٠%



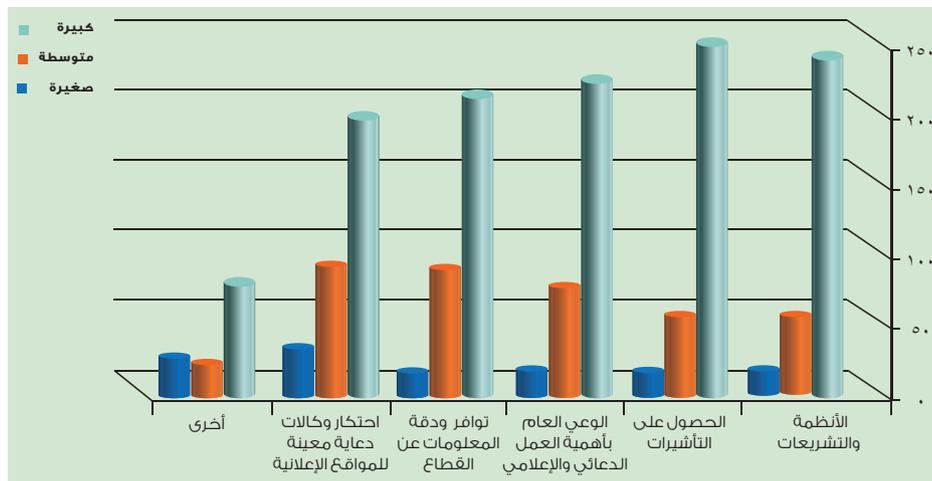
## مدى تأثير بعض المشكلات على نشاط منشآت الإعلام والإعلان

المشكلة	مؤثر جداً (%)	مؤثر (%)	غير مؤثر (%)	الإجمالي الكلي (%)
عدم توافر معايير لجودة الخدمات الإعلامية والإعلانية	193	102	18	313
الصعوبات المتعلقة بتعدد الجهات المانحة للتراخيص	109	112	41	312
صعوبات تتعلق بالتمويل	150	106	59	315
صعوبات تتعلق باستقدام العمالة	240	57	21	318
مشكلات تسويقية	104	144	66	314



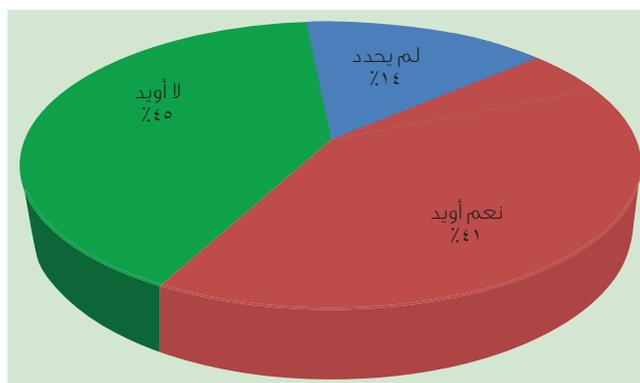
## معوقات الاستثمار في منشآت الإعلام والإعلان في الرياض

المعوقات	كبيرة (%)	متوسطة (%)	صغيرة (%)	الإجمالي الكلي (%)
الأنظمة والتشريعات	٢٣٨	٤٦	١٠	٢٩٤
الحصول على التأسيسات	٢٤٢	٤٥	٧	٢٩٤
الوعي العام بأهمية العمل الدعائي والإعلامي	٢١٦	٧٠	٨	٢٩٤
توافر ودقة المعلومات عن القطاع	٢٠٣	٨١	٥	٢٨٩
احتكار وكالات دعائية معينة للمواقع الإعلانية	١٨٨	٧٨	٢٠	٢٨٦
أخرى	٦٢	٩	١٥	٨٦



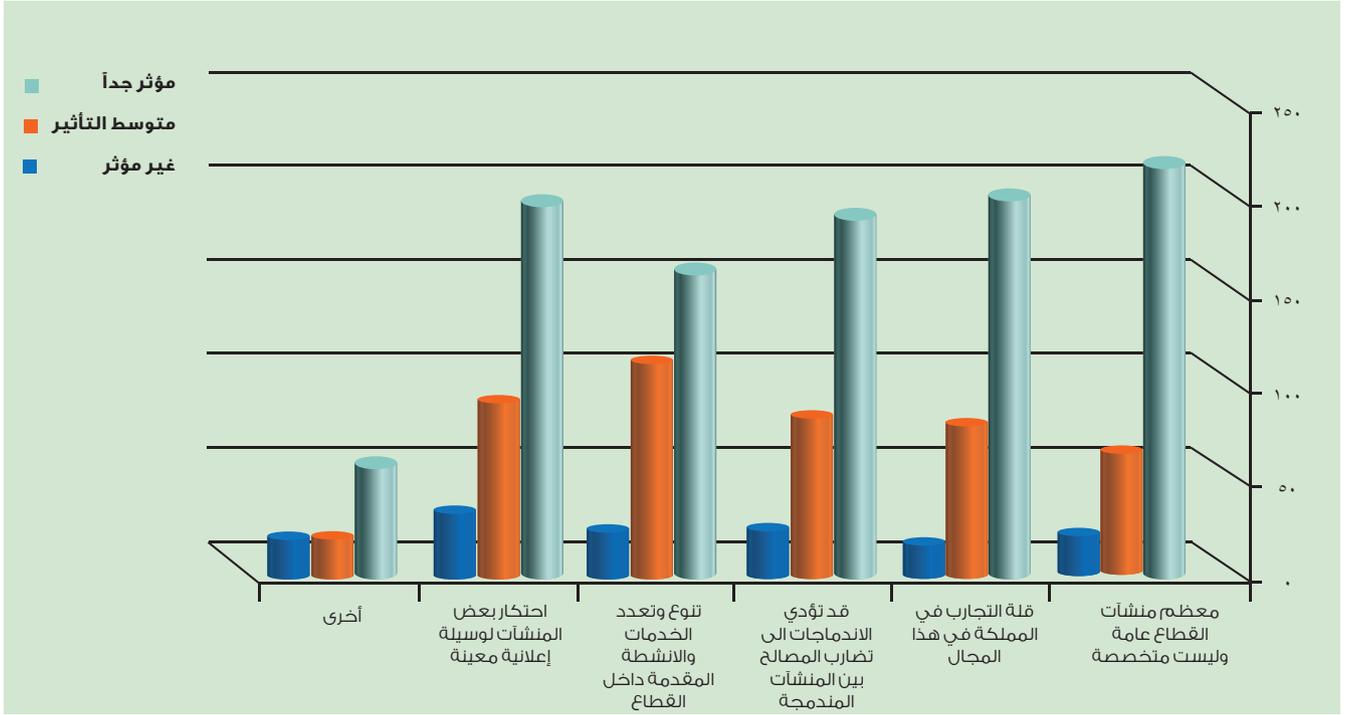
## الاندماج و مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية

النسبة المئوية %	عدد المنشآت التي أجابت	الاندماج
٤٥ %	١٥٧	لا أؤيد
٤١ %	١٤٣	نعم أؤيد
١٤ %	٤٨	لم يحدد
١٠٠ %	٣٤٨	الإجمالي



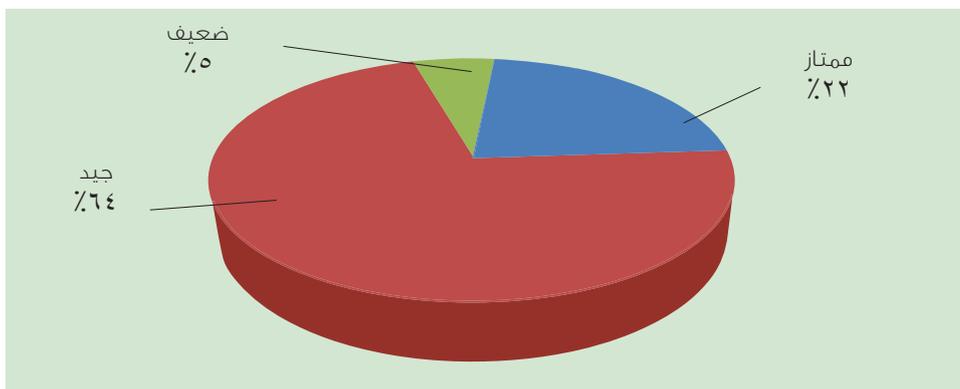
## العوامل التي تحد من سعي منشآت الإعلام والإعلان للاندماج

العامل	مؤثرة %	متوسطة التأثير %	غير مؤثرة %	الإجمالي %
معظم منشآت القطاع عامة وليست متخصصة	٢١٤ %٧٥	٥٥ %١٩	١٧ %٦	٢٩٤ %١٠٠
قلة التجارب في المملكة في هذا المجال	١٩٨ %٦٩	٨١ %٢٨	٧ %٢	٢٩٤ %١٠٠
قد تؤدي الاندماجات الى تضارب المصالح بين المنشآت المندمجة	١٨٩ %٦٥	٨٢ %٢٨	١٨ %٦	٢٩٤ %١٠٠
تنوع وتعدد الخدمات والانشطة المقدمة داخل القطاع	١٥٤ %٥٤	١١٣ %٣٩	٢٠ %٧	٢٨٩ %١٠٠
احتكار بعض المنشآت لوسيلة إعلانية معينة	١٩٥ %٦٨	٧٧ %٢٧	١٦ %٦	٢٨٦ %١٠٠
أخرى	٥٠ %٧٠	١١ %١٥	١٠ %١٤	٨٦ %١٠٠



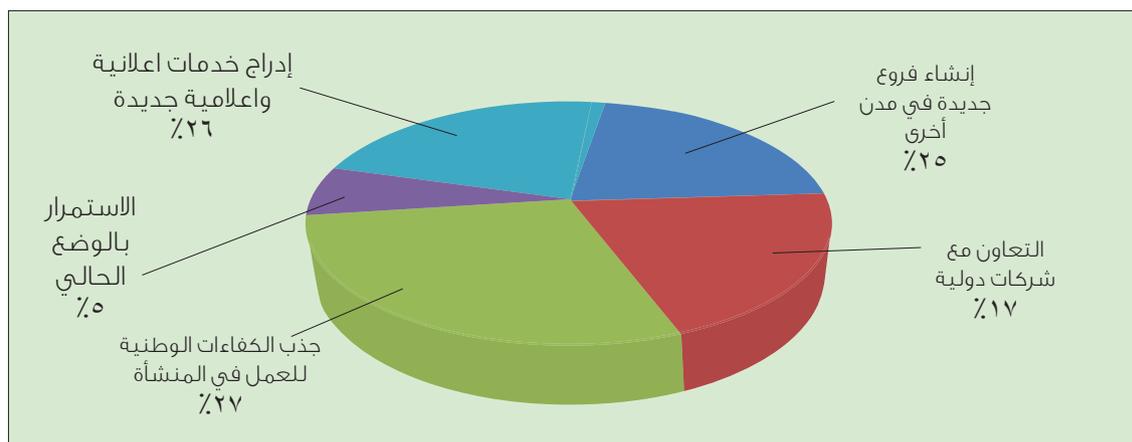
## تقويم أداء نشاط منشآت الإعلام والإعلان

النسبة المئوية %	العدد	التقويم
22%	75	ممتاز
64%	221	جيد
5%	19	ضعيف
9%	33	لم يذكر
100%	348	الإجمالي



## الخطط المستقبلية لمنشآت الإعلام والإعلان

النسبة المئوية التي إجمالي الاجابات %	عدد المنشآت التي أجابت	الخطط المستقبلية
٢٥%	٢٠٨	إنشاء فروع جديدة في مدن أخرى
١٧%	١٤٥	التعاون مع شركات دولية
٢٧%	٢٢٢	جذب الكفاءات الوطنية للعمل في المنشأة
٥%	٤٥	الاستمرار بالوضع الحالي
٢٦%	٢١٦	إدراج خدمات اعلانية واعلامية جديدة
١٠٠%	٨٣٦	<b>الإجمالي</b>



## شكراً لكم

نشكر لكم اطلاعكم على هذا الإصدار، كما نتطلع إلى تشریفنا بملاحظاتكم التي ستؤخذ بعين الاعتبار عند إصدار المطبوعات الأخرى

### الإدارة العامة للعلاقات والتسويق

#### إدارة التسويق

هاتف: ٤٠٤٠٠٤٤ فاكس: ٤٠٥١٧٠٣

الموقع على الشبكة: [www.riyadhchamber.org.sa](http://www.riyadhchamber.org.sa)

البريد الإلكتروني: [rdchamber@rdcci.org.sa](mailto:rdchamber@rdcci.org.sa)

ص.ب ٥٩٦ الرياض ١١٤٢١

#### فرع السيدات ٤٩٤٢٣٣٣

#### الفروع الداخلية :

٢٠٤١٥٩٤	الصناعية الاولى
٢٦٥٢٢٥١	الصناعية الثانية
٢٣٣٥٦١١	النسيم
٤٢٣٢٢٨١	الشفاء
٢٩١٩٨١٢	وزارة التجارة
٥٢٢١ - ٥٢٢٢ / ٤٤٨٤٥٣٣	الهيئة العامة للاستثمار
٢٨١١٣٥١	الشمال
٤٥٠٠٣٥٤	المنتجات الوطنية
٢٤٧٦٤٩٥	البيديعة
٢٣٢٧٨١٦	الخليج

#### الفروع الخارجية :

٠١١ ٧٢٤٤٣١٩	عفيف	٠١١ ٧٨٤٦٧١٨	وادي الدواسر
٠١١ ٥٥٢٠٠٢٨	رماح	٠١١ ٧٨٢٠٢١٠	مكتب السليل
٠١١ ٥٢٣٢٧٢٠	المزاحمية	٠١١ ٦٢٢٤٢٩٩	شقراء
٠١١ ٥٥٥٦٨٨٣	حوطة بني تميم	٠١١ ٦٤٢٣٢٩٩	الدوادمي
٠١١ ٥٢٦١٨١٢	حريملاء	٠١١ ٦٣٢٤١٣٣	مكتب ساجر
٠١٦ ٤٤٣٨٨٨٢	ثادق	٠١١ ٦٣٤٢٨٣١	مكتب نفي
٠١١ ٦٣٤٧١٨٨	البجادية	٠١١ ٦٤٦٠٣١٠	مكتب الجمش

طباعة: قسم النشر - هاتف ٤٠٤٠٠٤٤ تحويلة ٢٣٩ - ٤٤٨ - فاكس: ٤٠٥١٧٠٣