

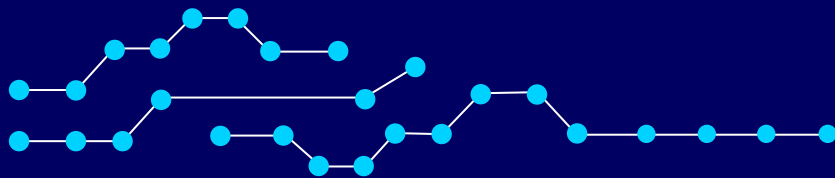


# تقرير الأفراد والأسر

## نتائج دراسة مسح سوق

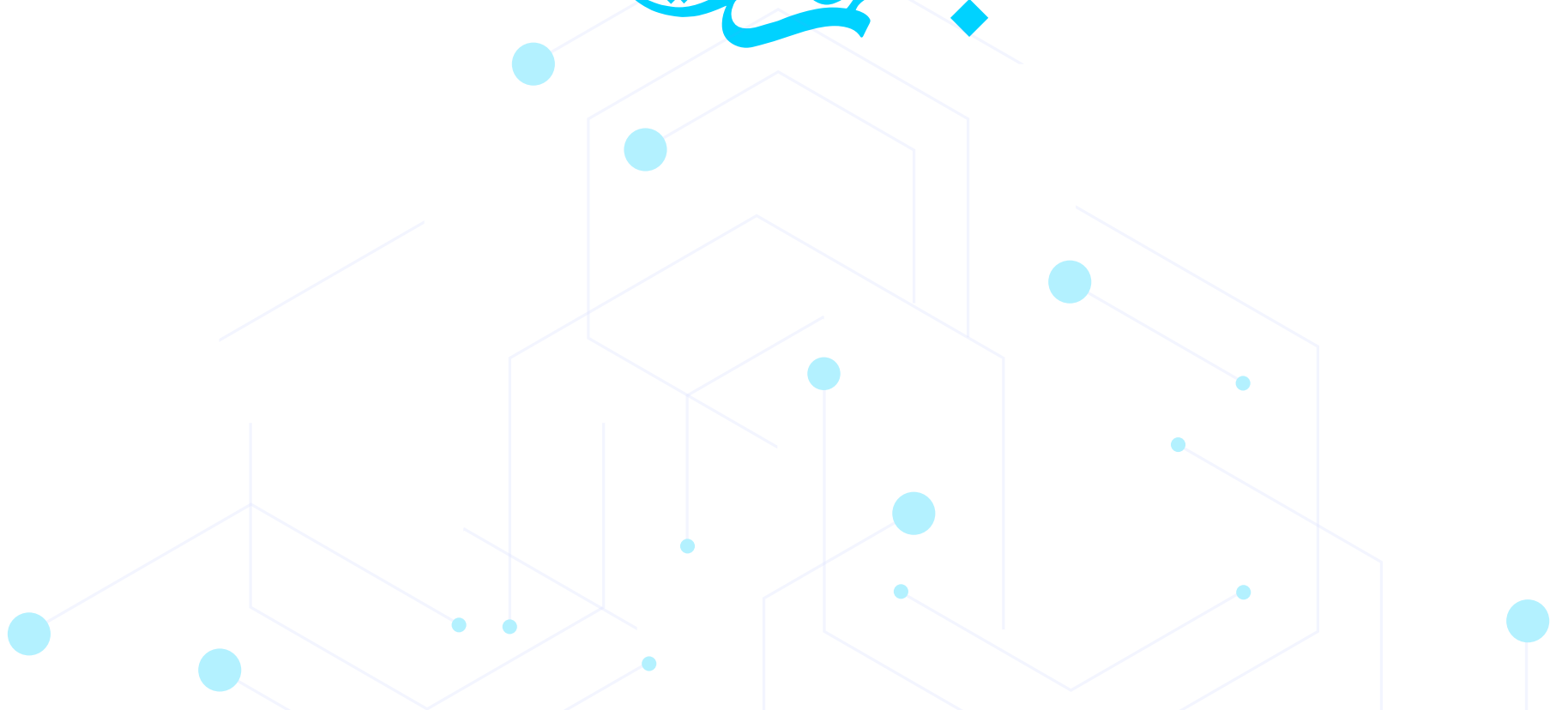
### الاتصالات وتقنية المعلومات

٢٠٢٠م





البرق



# تقرير الأفراد والأسر

نتائج دراسة مسح سوق

الاتصالات وتقنية المعلومات ٢٠٢٠

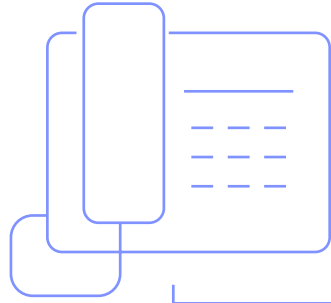


# الملخص التنفيذي



تأكيداً على دور هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات في تنظيم القطاع وتطوير خدماته، تقوم الهيئة بعمل دراسة تحليلية شاملة لسوق خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة بشكل سنوي وذلك بغرض فهم الحالة الراهنة للسوق، ومعرفة سلوك المستخدمين وعاداتهم في التعامل مع هذه الخدمات، ومستوى رضاهم عنها، كما تهدف الدراسة إلى وضع تصور لتوجهات المستخدمين في استخدام أجهزة الحاسب الآلي والانترنت وتقنياتها؛ ودراسة المعوقات التي تحول دون استخدام تلك التقنيات،

يعرض في هذا التقرير النتائج المفصلة للدراسة المسحية الخاصة بالأفراد والأسر للفترة من ٢٠١٨م إلى ٢٠٢٠م، وفيما يلي استعراض لأبرز نتائج هذه الدراسة:



## خدمات الاتصالات الصوتية الثابتة:

- تظهر النتائج تراجع استخدام خدمات الاتصالات الصوتية الثابتة (الهاتف الثابت) لإجراء المكالمات الصوتية في جميع أنحاء المملكة،

## خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة:

- تعد خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة هي وسيلة الاتصال الرئيسية بغض النظر عن الجنسية أو الجنس أو الفئة العمرية أو المنطقة،
- ٩٨,٤% من الأفراد يمتلكون هاتف متنقل و٩٤,٢% منهم يمتلكون هاتف ذكي،
- يقدر معدل الإنفاق الشهري على خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة من (٢٠٠-٤٠٠) ريال شهريا





### خدمات الانترنت:

- بلغت نسبة انتشار استخدام الانترنت للأفراد حوالي ٩٧,٨% من المشاركين في المسح (للفئة العمرية من ١٠ إلى ٧٤ عام),
- الاناث هن الأعلى استخداما للإنترنت بنسبة ٩٨,٤% بينما الذكور ٩٧,٥%



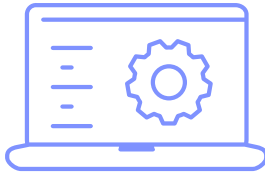
### استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

- تظهر النتائج استخدام (٩٧,٣%) من الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي,
- تعدّ الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٣٩ عاماً هي الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي
- ٩٦,٨% من الذكور و٩٧,٩% من الإناث يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.



### أجهزة الحاسب الآلي:

- بلغت نسبة استخدام أجهزة الحاسب الآلي بين الأفراد ٨٤,١%,
- تظهر النتائج بلوغ نسبة استخدام أجهزة الحاسب المحمول ٦١,٢% مقارنة بـ ٤١,٢% للحاسب المكتبي و٢٩,٩% للحاسب اللوحي.



### الخدمات الإلكترونية:

- بلغت نسبة استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية ٨٩,٢%,
- أظهرت النتائج أن ٧٥,٥% من الأفراد يقومون بالتسوق عبر الانترنت,

# جدول المحتويات

٠٥	الملخص التنفيذي
١١	مقدمة
١٢	منهجية المسح
١٣	استراتيجية تحديد العينات
١٤	النتائج الرئيسية للدراسة
١٦	القسم الأول: خدمات الاتصالات الصوتية الثابتة
١٧	استخدام الاتصالات الصوتية الثابتة (كنسبة من الاسر)
١٨	القسم الثاني: خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة
١٩	استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة (كنسبة من جميع المشاركين)
٢٢	امتلاك هاتف ذكي (كنسبة من جميع المشاركين)
٢٥	'امتلاك الاسر لأجهزة الهواتف الذكية (كنسبة من الاسر)
٢٦	القسم الثالث: خدمات الانترنت
٢٧	استخدام الانترنت
٣٠	مدة استخدام الانترنت
٣٤	استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات (3G\4G)
٣٥	استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات (5G)
٣٦	استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات الواي فاي
٣٧	استخدام الانترنت في الساعات الذكية

# جدول المحتويات

٣٨	<b>القسم الرابع: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي</b>
٣٩	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
٤٢	تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً
٤٧	<b>القسم الخامس: أجهزة الحاسب الآلي</b>
٤٨	استخدام أجهزة الحاسب الآلي {مكتبي / محمول / لوحي}
٤٩	<b>القسم السادس: الخدمات الالكترونية</b>
٥٠	استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية
٥٤	التسوق عبر الانترنت

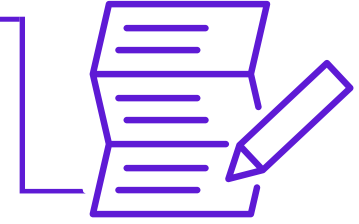


# قائمة الجداول

٢٠

الجدول ١: التركيبة السكانية للمشاركين

# مقدمة



شهد قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تطوراً ملحوظاً خلال السنوات الماضية؛ إذ يعد من القطاعات ذات التغيير والنمو المتسارع، وباتت مخرجات هذا القطاع عاملاً حاسماً وممكناً لمختلف الجوانب التنموية والاقتصادية،

وقد أضحت المؤشرات والبيانات الإحصائية اليوم من الأسس التي تتوقف عليها التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما أن للإحصاءات أهمية أساسية في عمل الدول والمؤسسات والمنظمات،

إذ يُعدّ استخدام الأسلوب الإحصائي من أهم عوامل نجاح الخطط التنموية والبرامج والمشاريع الاقتصادية والاستثمارية لأي قطاع حيث يعتبر الوسيلة المأمونة التي يمكن أن تضمن تحقيق الأهداف المرجوة من وراء تنفيذها، إذا ما توافرت المعلومات والبيانات والمؤشرات الإحصائية بدرجة من الدقة والشمول، إذ يساعد وجود مثل تلك البيانات عن قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات على إبراز مكانة المملكة العربية السعودية في المحافل الدولية والإقليمية؛ ويشجع الاستثمار في مشاريع الاتصالات وتقنية المعلومات وخدماتها،

وتضطلع هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بمهمة جمع وتحليل ونشر البيانات والمؤشرات الإحصائية الخاصة بسوق خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات لكونها أداة لمعرفة الوضع الراهن للسوق، ومدى توفر الخدمات فيه، وكذلك وسيلة لقياس أداء القطاع وتطوره، ومدى تنافسيته محلياً ودولياً، كما تقوم بعمل دراسات تحليلية شاملة لسوق خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة بغرض فهم الحالة الراهنة للسوق، ومعرفة سلوك المستخدمين وعاداتهم في التعامل مع هذه الخدمات، ومستوى رضاهم عنها،

يأتي ذلك تأكيداً على دور هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات في تنظيم القطاع وتطوير خدماته، إذ تهدف الهيئة من إجراء الدراسات وجمع البيانات إلى معرفة اتجاهات السوق الحالية، والتوقعات المستقبلية لسوق الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة، بالإضافة إلى قياس مستوى العرض والطلب لتحديد الثغرات في السوق وبالتالي السعي إلى وضع استراتيجيات وتنظيمات لتطوير خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة وإدخال خدمات جديدة وتحسين الخدمات القائمة،

يعرض هذا التقرير الشامل نتائج المسح الميداني للأفراد والأسر للعام ٢٠٢٠م ويقارنها مع نتائج الدراسة السابقة (٢٠١٨م و ٢٠١٩م)، وينقسم هذا التقرير لعدة فصول، حيث يتناول المنهجية المستخدمة في المسح الميداني، كما يتعرض إلى البيانات الديموجرافية للمشاركين في الدراسة، يلي ذلك مقارنة وتحليل نتائج الدراسة لمختلف خدمات الاتصالات وتقنية المعلومات لسنوات الدراسة الثلاث



# منهجية المسح

تم إعداد خطة توزيع شاملة من أجل جمع بيانات المسح الخاص بالأفراد مع آلية متابعة يومية، وبناء على هذه الخطة، واستراتيجية تحديد العينات؛ تم استطلاع المشاركين من جميع أنحاء المملكة، ونظرا للأوضاع الراهنة التي شهدتها المملكة العربية السعودية خلال عام ٢٠٢٠، من انتشار فيروس كورونا والعمل بالإجراءات الاحترازية لمواجهة هذا الفيروس فقد قررت هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات بأعداد دراسة سوق الاتصالات وتقنية المعلومات لعام ٢٠٢٠ عن طريق الهاتف طبقا لأفضل الممارسات العالمية في تنفيذ الاستطلاعات عن طريق الهاتف، وحيث كانت المهام الرئيسية لهذه المرحلة:

• تحديد العينة باستخدام استراتيجية أخذ العينات الطبقيّة،

• جمع البيانات عن طريق المكالمات الهاتفية

• التحقق من صحة البيانات عن طريق:

ه مراجعة البيانات المجمّعة،

ه المتابعة المستمرة لجامعي البيانات،

ه تطبيق قواعد الأخطاء للتأكد من دقة ومنطقية البيانات،

شملت خطة تنفيذ المسح الميداني العديد من المهام مثل:

ه إعداد وفحص الاستبانات الالكترونية،

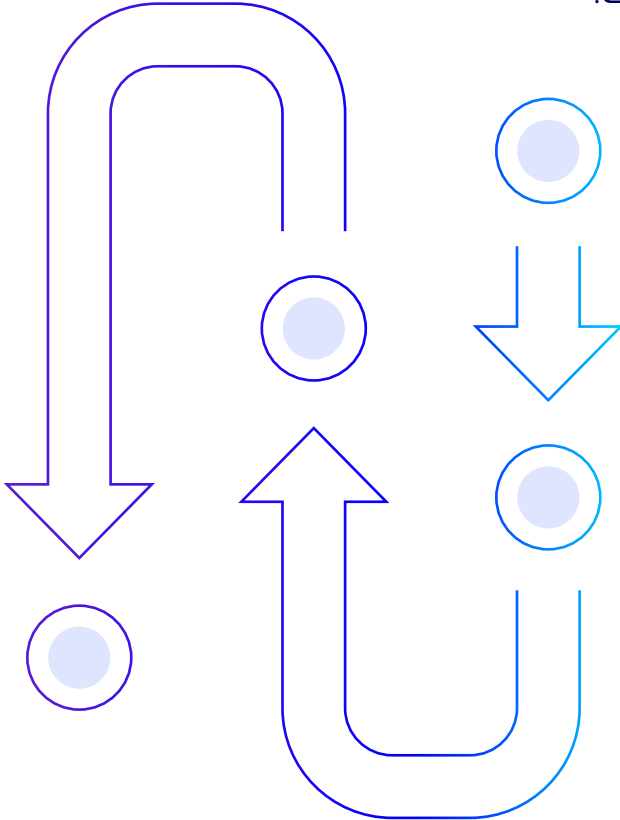
ه توظيف وتدريب الباحثين،

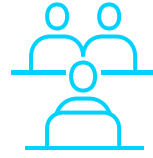
ه القيام بجمع البيانات ومتابعة ذلك،

ه المراقبة الصارمة أثناء عملية المسح وذلك عن طريق

تنفيذ لوحة متابعة شاملة لرصد ومراقبة الوضع

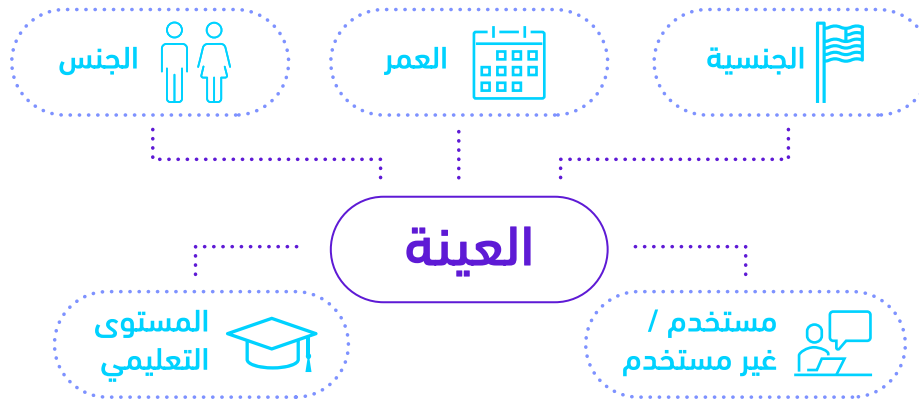
الحالي لجمع العينات لجميع المناطق بشكل فوري،



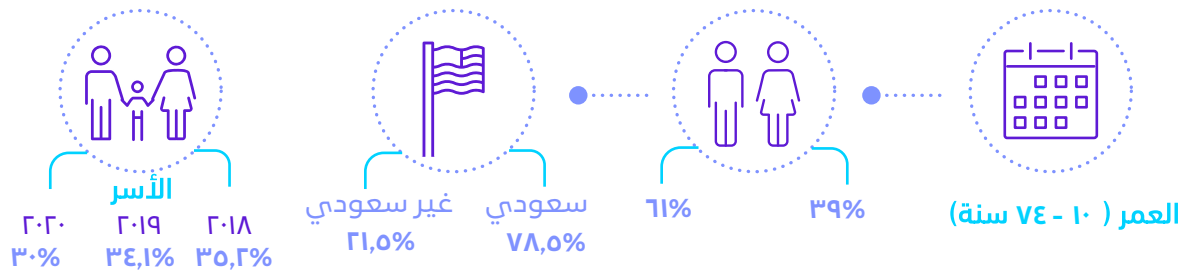


# استراتيجية تحديد العينات

تم الاستناد إلى بيانات السكان الصادرة عن الهيئة العامة للإحصاء من حيث التحليل الديموغرافي للسكان وفق المناطق الإدارية، الجنسية، الجنس، والفئات العمرية، وقد تم استهداف الفئة العمرية (من ١٠ إلى ٧٤ سنة)، كما تم استهداف حصة تبلغ نحو ٣٠% من أرباب الأسر.



أختير المشاركون من كل منطقة بعد اختيار حجم العينة المناسب بناءً على ما يلي:



• هامش الخطأ (%)  $\pm 0,93$  • مجموع حجم العينة ١١,٠٩٩

الأسر ممثلة برب الأسرة، وهو صاحب الدخل الرئيسي للأسرة ومنتخب القرارات المتعلقة بخدمات الاتصالات وتقنية المعلومات.

## الجدول ١: التركيبة السكانية للمشاركين

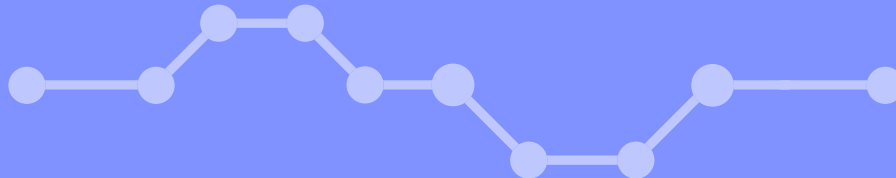
٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	
١١,٠٩٩	١٠,٠٢٠	١٠,٠٠٠	مجموع العينات
%٠,٩٣±	%٠,٩٦±	%٠,٩٦±	هامش الخطأ (%)
			<b>الجنسية</b>
%٧٨,٥	%٦١	%٦٢	سعودي
%٢١,٥	%٣٩	%٣٨	غير سعودي
			<b>الجنس</b>
%٦١	%٥٩	%٥٩	ذكر
%٣٩	%٤١	%٤١	انثى
			<b>المنطقة</b>
%٢٢,٥	%,٢١	%٢١	الرياض
%٢٢,٧	%٢٢	%٢٢	مكة المكرمة
%٥,٦	%٦	%٦	المدينة المنورة
%٤,٨	%٤	%٤	القصيم
%١٤,٢	%١٣	%١٣	المنطقة الشرقية
%٥,٨	%٦	%٦	عسير
%٣,٥	%٤	%٤	تبوك
%٤,١	%٤	%٤	حائل
%٤,٦	%٤	%٤	الحدود الشمالية
%٤,٧	%٤	%٤	جازان
%٢,٧	%٤	%٤	نجران
%٢	%٤	%٤	الباحة
%٣	%٤	%٤	الجوف
			<b>الفئة العمرية</b>
%٦,٣	%٩	%٩	١٤-١٠ سنة
%٤,٩	%٨	%٨	١٩-١٥ سنة
%٥,١	%٩	%١٠	٢٤-٢٠ سنة
%٩,٢	%١٢	%١١	٢٩-٢٥ سنة
%١٥,٢	%١٢	%١٢	٣٤-٣٠ سنة

٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	
			الفئة العمرية
%١٦,٧	%١٣	%١٣	٣٩-٣٥ سنة
%١٦,١	%١٢	%١٢	٤٤-٤٠ سنة
%٩,٢	%٨	%٩	٤٩-٤٥ سنة
%٨,١	%٦	%٦	٥٤-٥٠ سنة
%٣,٩	%٤	%٤	٥٩-٥٥ سنة
%٣,٤	%٣	%٣	٦٤-٦٠ سنة
%١,١	%٣	%٢	٦٩-٦٥ سنة
%١	%١	%١	٧٤-٧٠ سنة
%٣٠	%٣٤	%٣٥	أرباب الأسر (كنسبة من جميع المشاركين)

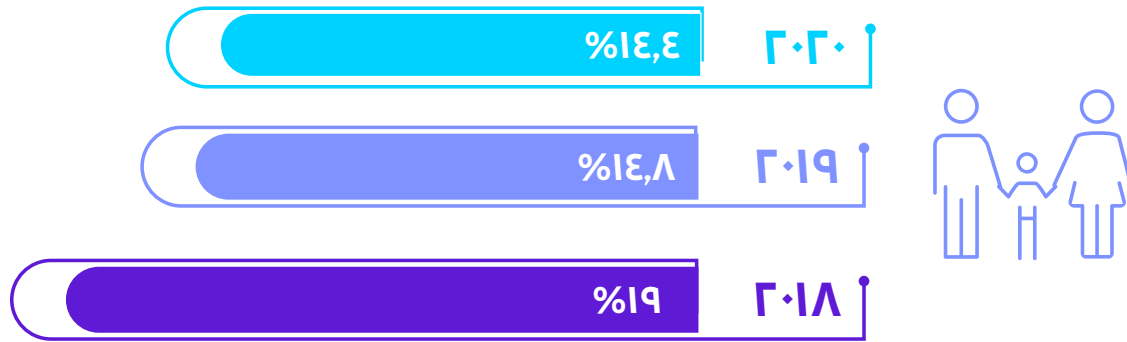
# القسم الأول

خدمات الاتصالات الصوتية الثابتة

النتائج الرئيسية للدراسة



## خدمات الاتصالات الصوتية الثابتة

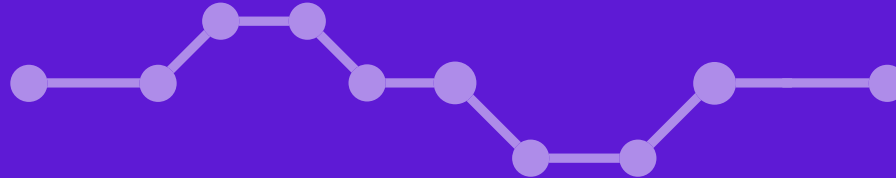


استخدام الاتصالات الصوتية الثابتة (كنسبة من الأسر)

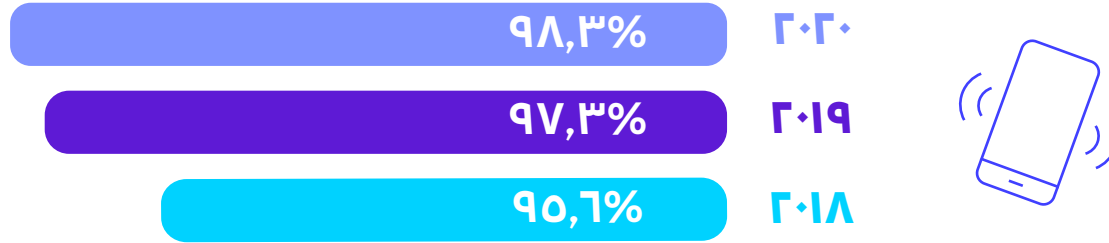


# القسم الثاني

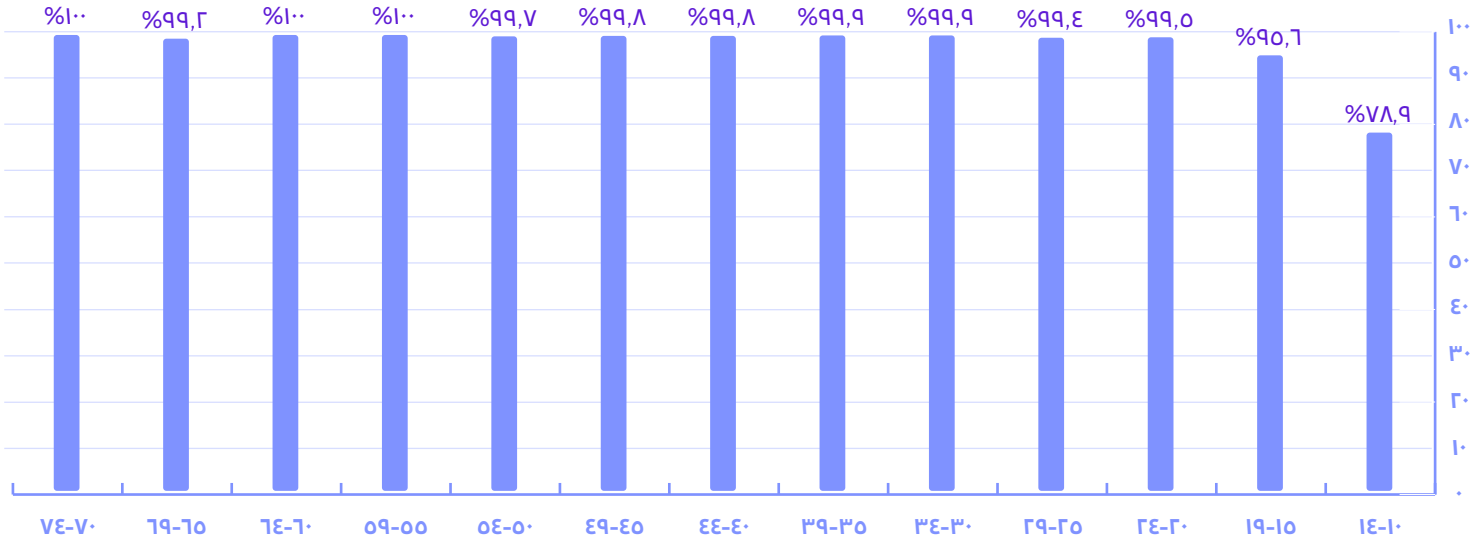
استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة



## استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة



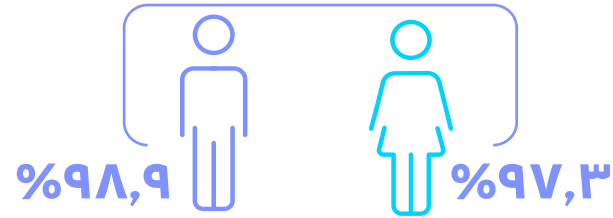
استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة (كنسبة من جميع المشاركين)



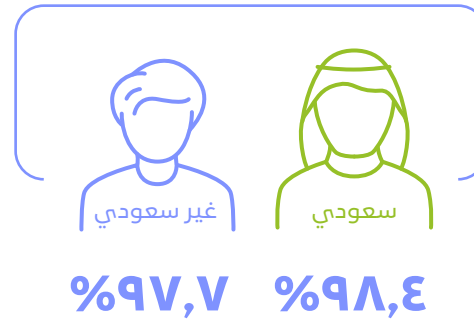
استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



## استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة



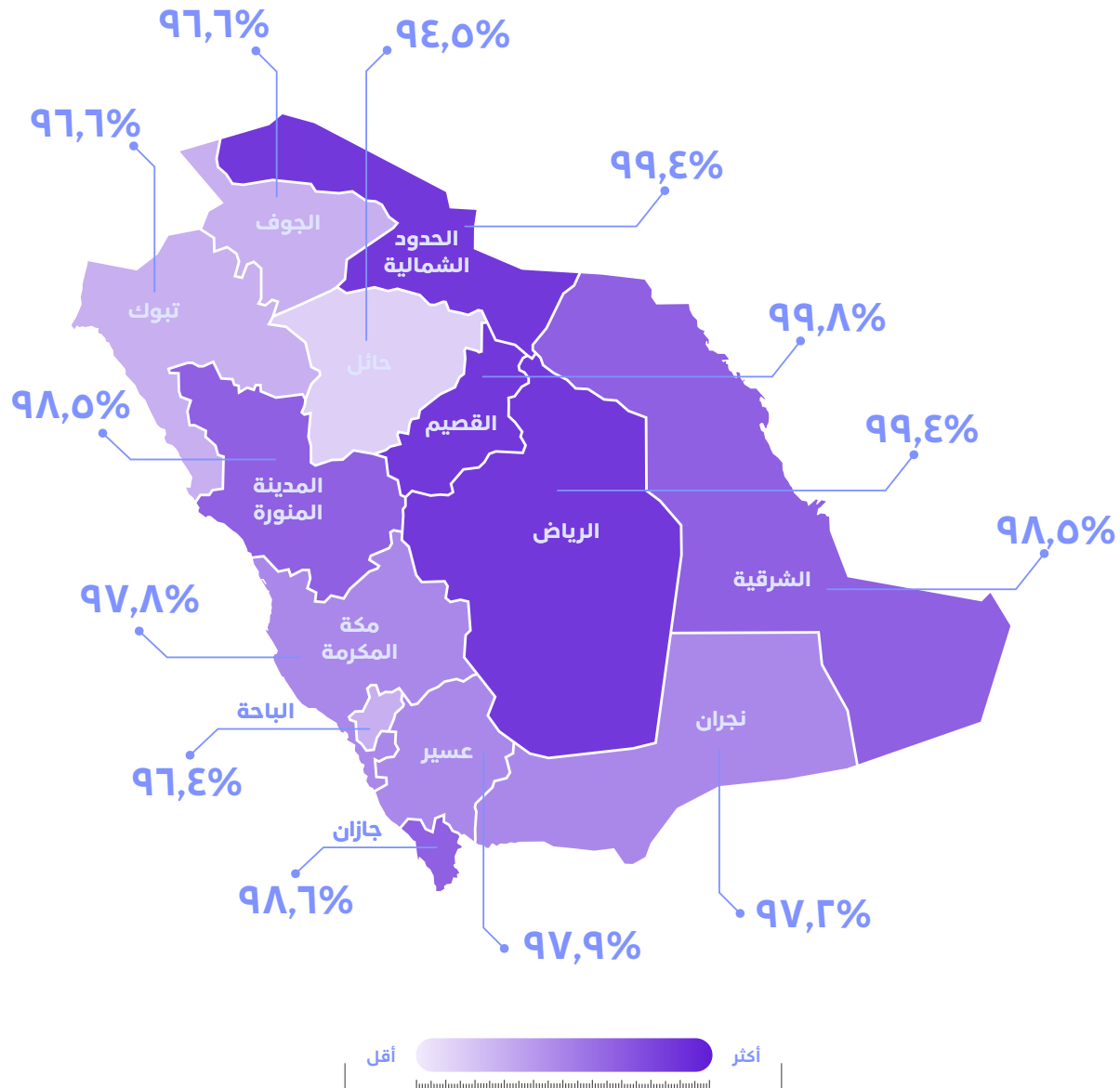
استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



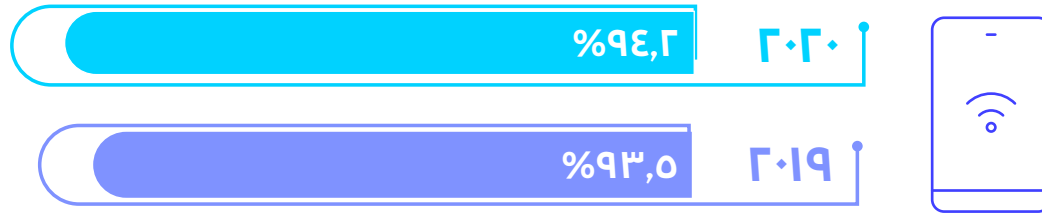
## استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة



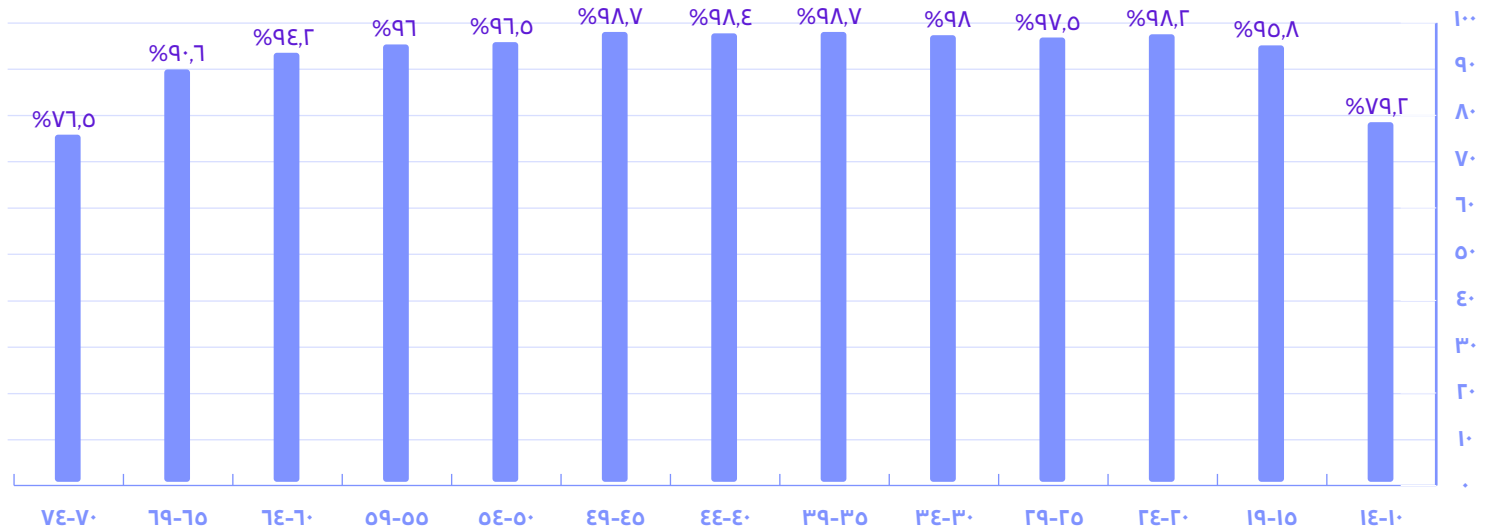
استخدام خدمات الاتصالات الصوتية المتنقلة لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)



## امتلاك هاتف ذكي



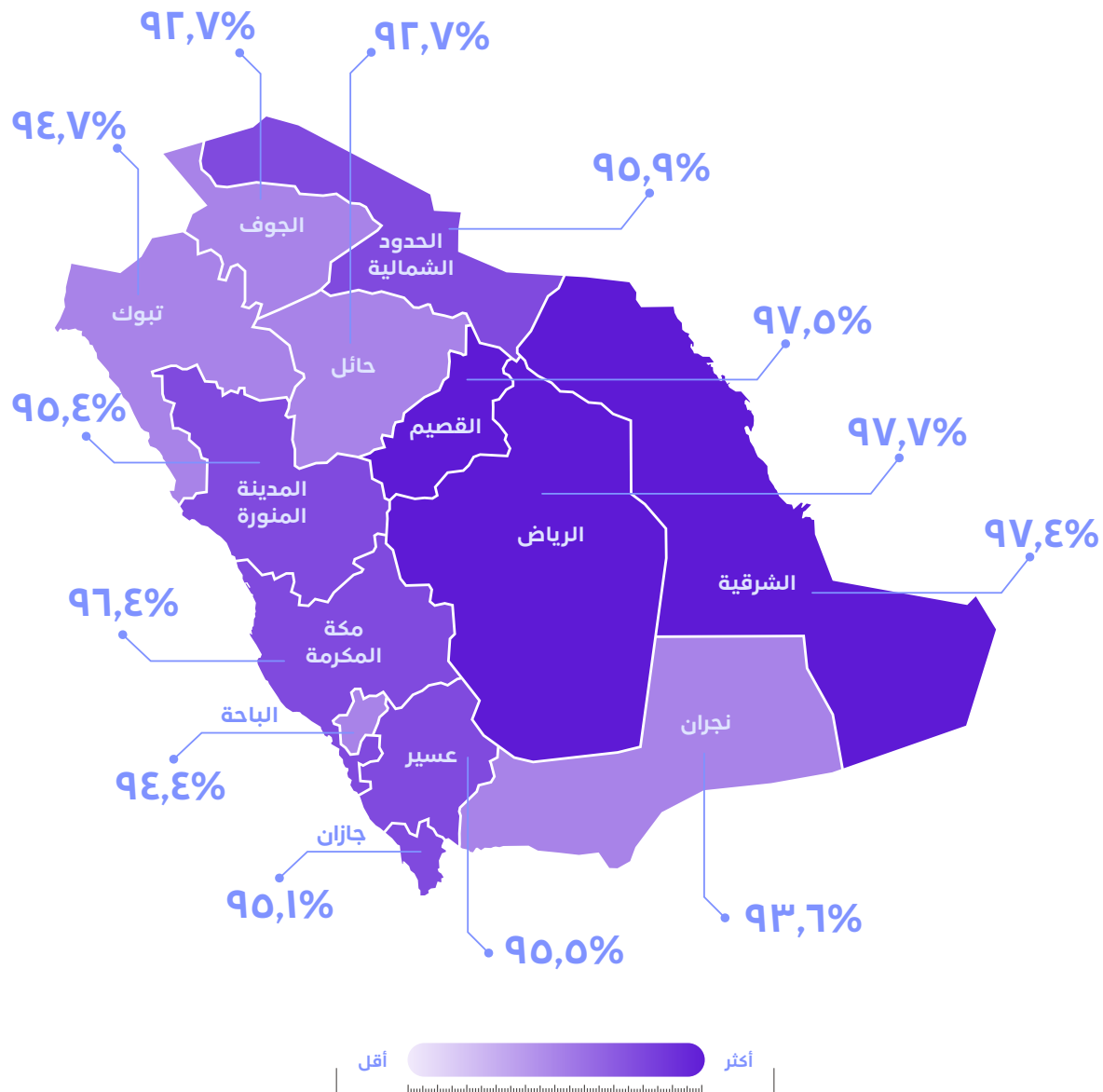
### امتلاك هاتف ذكي (كنسبة من ممتلكي الهاتف المتنقل)



### امتلاك هاتف ذكي (حسب الفئة العمرية)



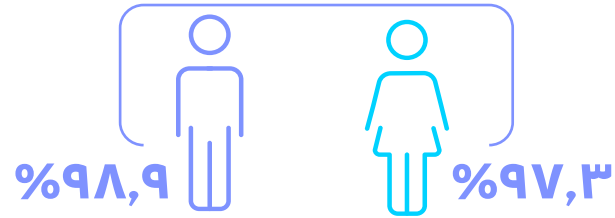
## امتلاك هاتف ذكي



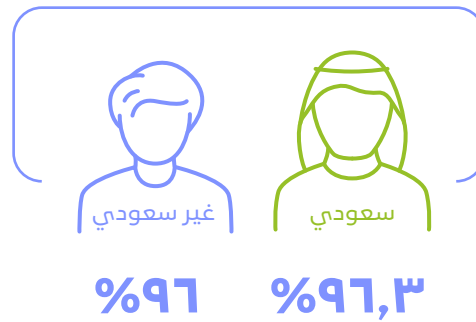
امتلاك هاتف ذكي (حسب المنطقة)



## امتلاك هاتف ذكي



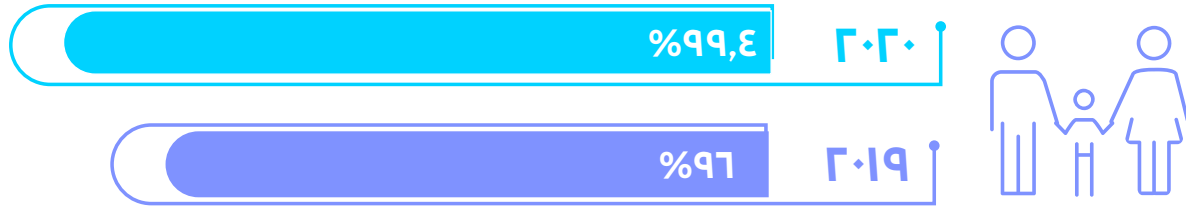
امتلاك هاتف ذكي (حسب الجنس)



امتلاك هاتف ذكي (حسب الجنسية)



## امتلاك الاسر لأجهزة الهواتف الذكية

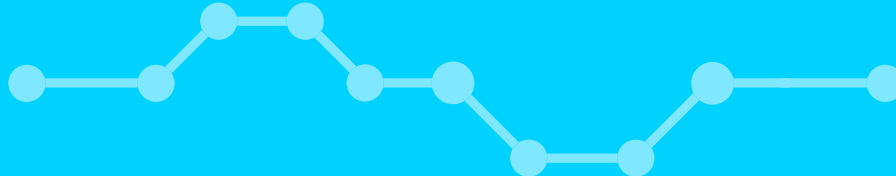
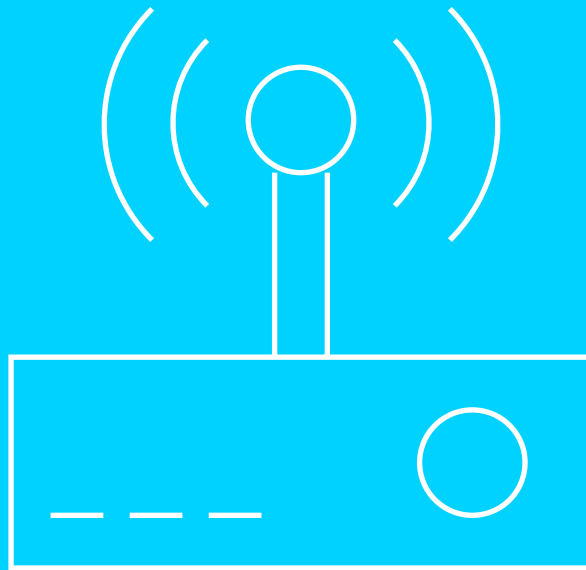


امتلاك الاسر لأجهزة الهواتف الذكية (كنسبة من الاسر)

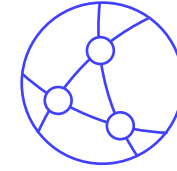


# القسم الثالث

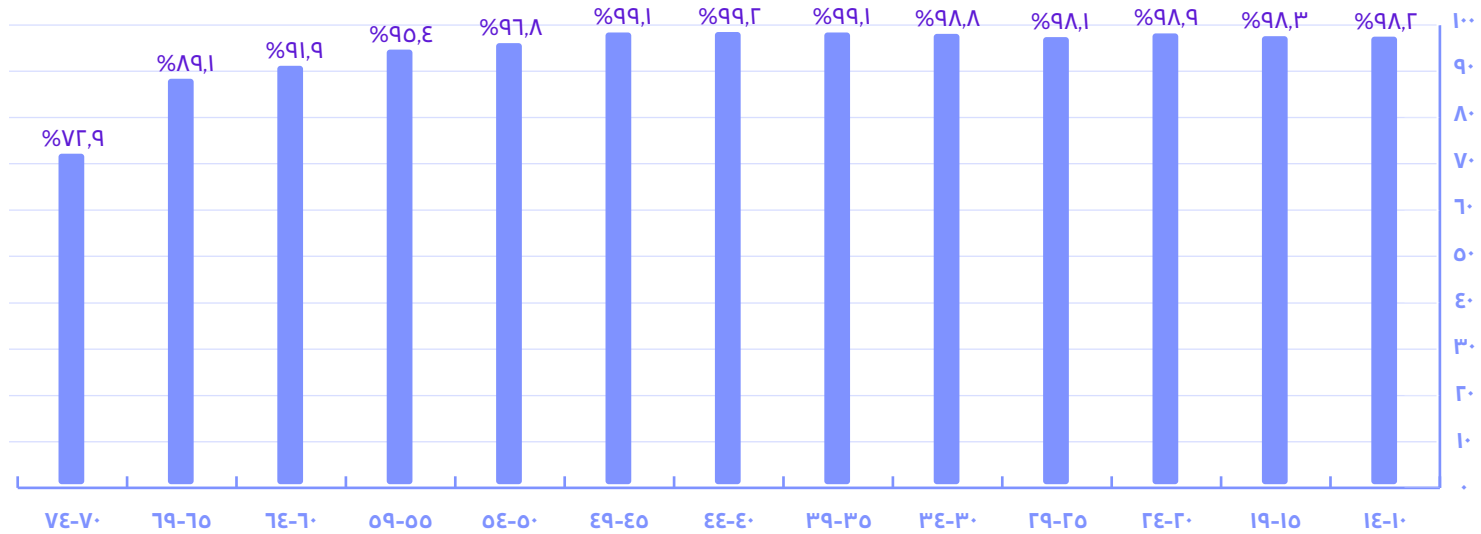
خدمات الانترنت



## خدمات الانترنت



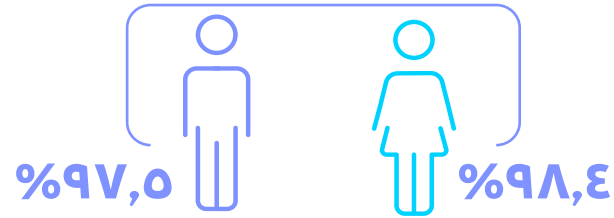
استخدام الانترنت (كنسبة من جميع المشاركين)



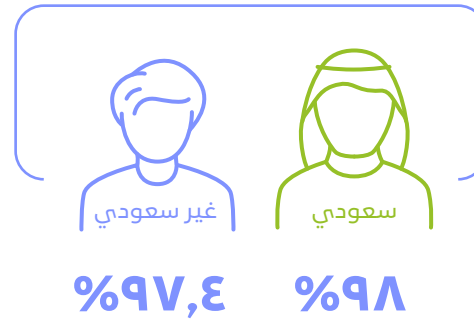
استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



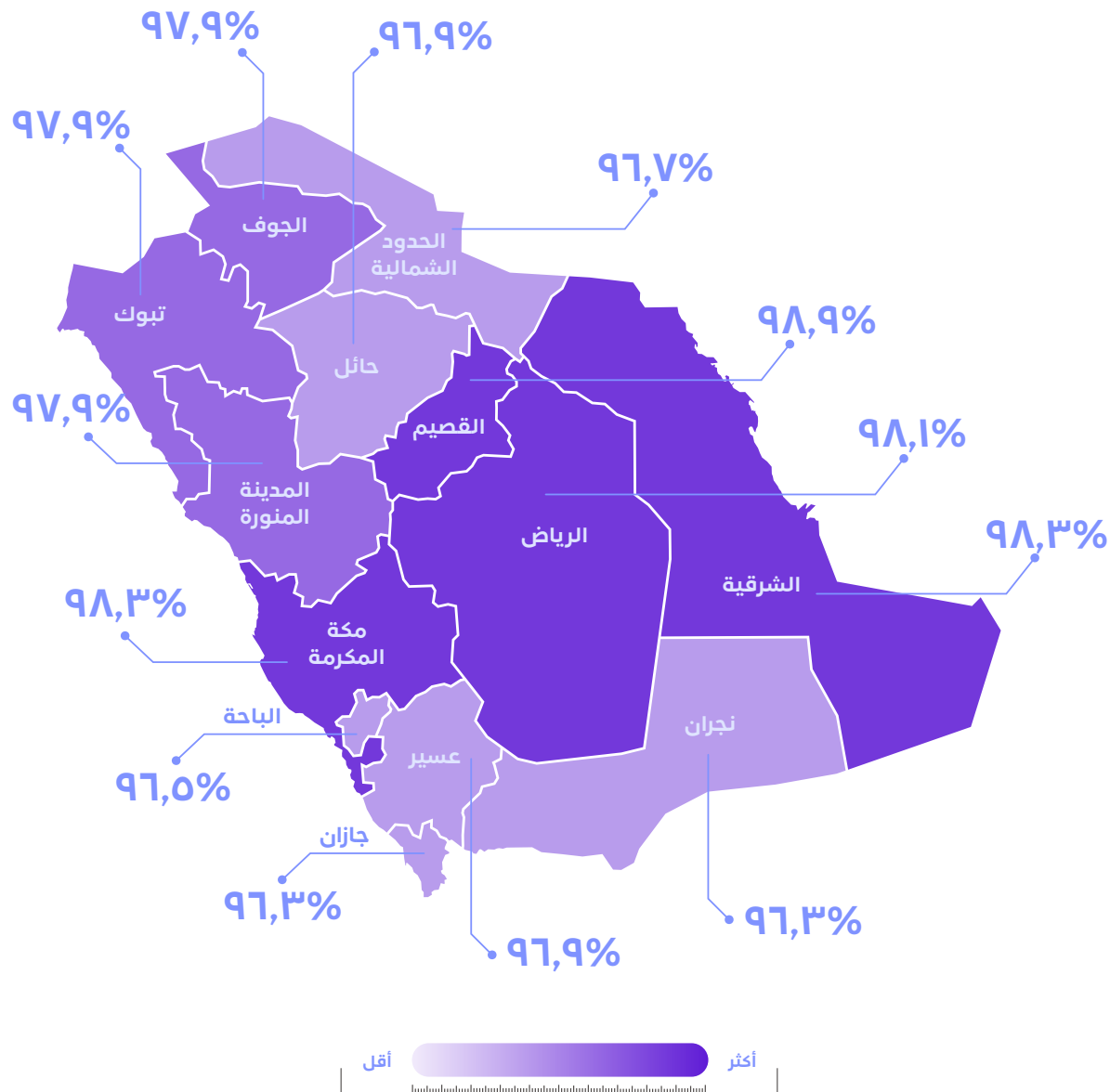
## خدمات الانترنت



استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



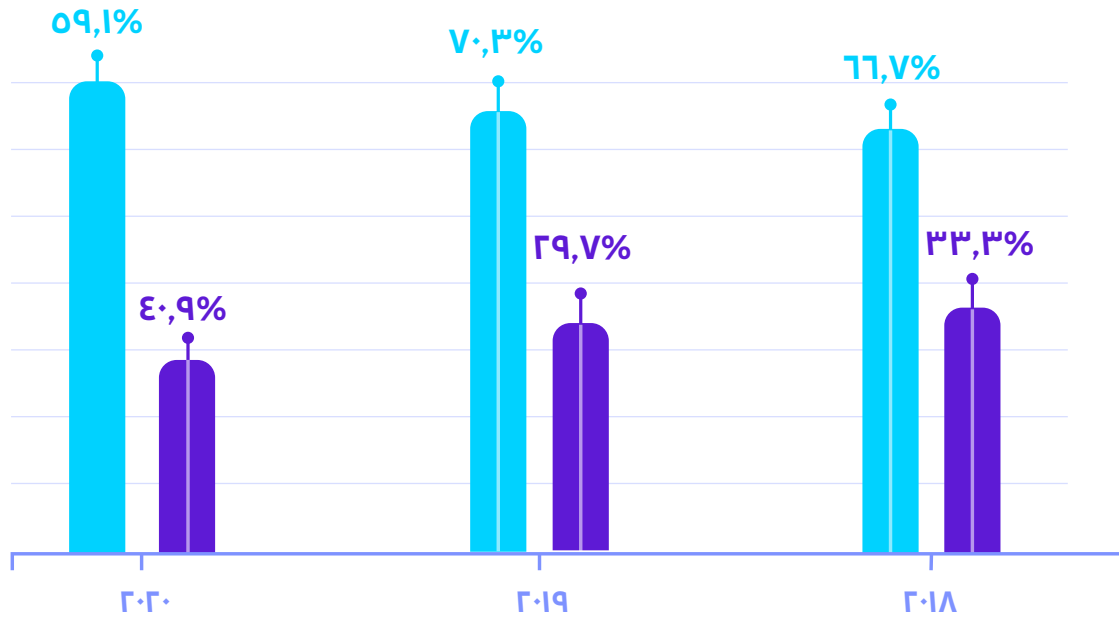
استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)



## مدة استخدام الانترنت

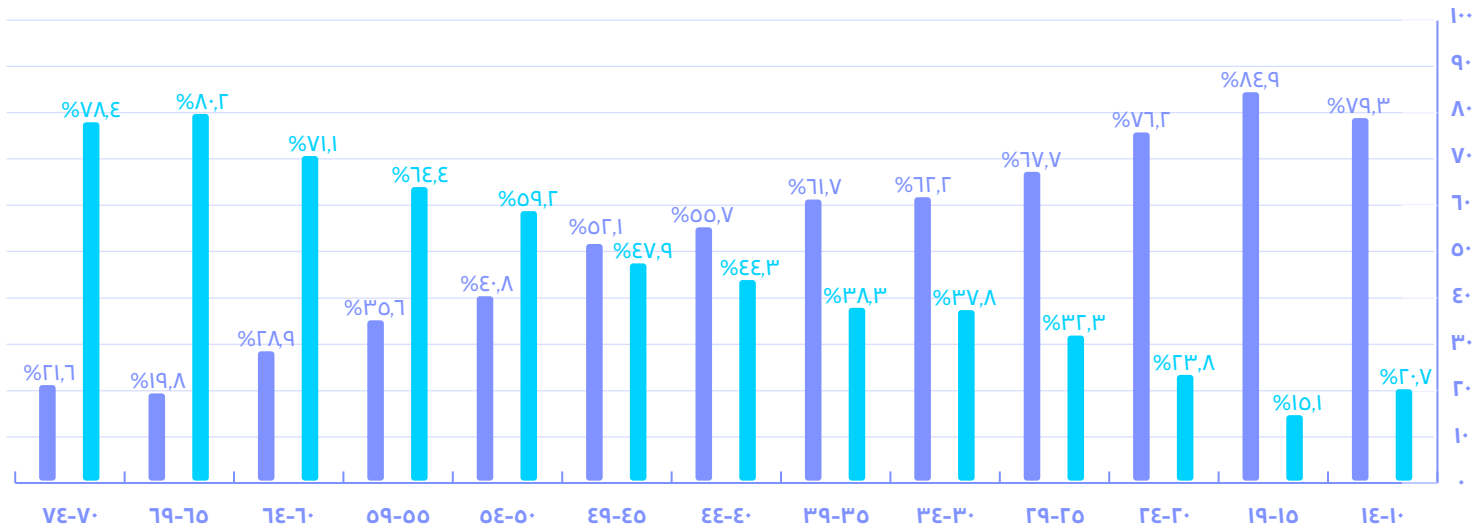


● أقل من ٤ ساعات / يوم ● أكثر من ٤ ساعات / يوم

مدة استخدام الانترنت (كنسبة من مستخدمي الانترنت)



## مدة استخدام الانترنت

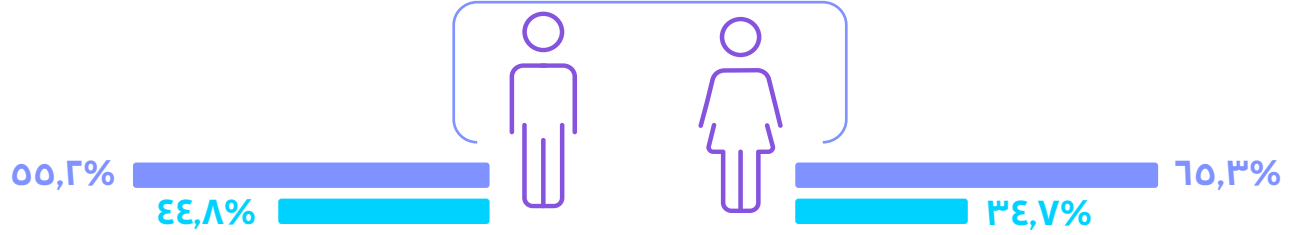


● أقل من ٤ ساعات يومياً ● أكثر من ٤ ساعات يومياً

مدة استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)

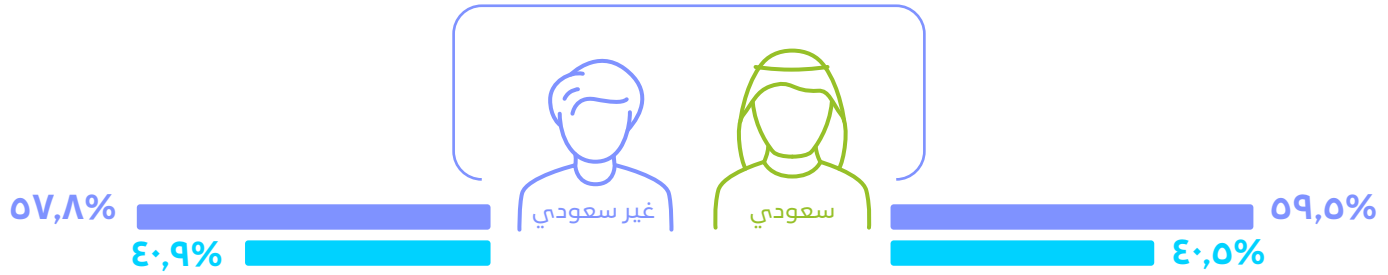


## مدة استخدام الانترنت



● أقل من ٤ ساعات يومياً ● أكثر من ٤ ساعات يومياً

مدة استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)

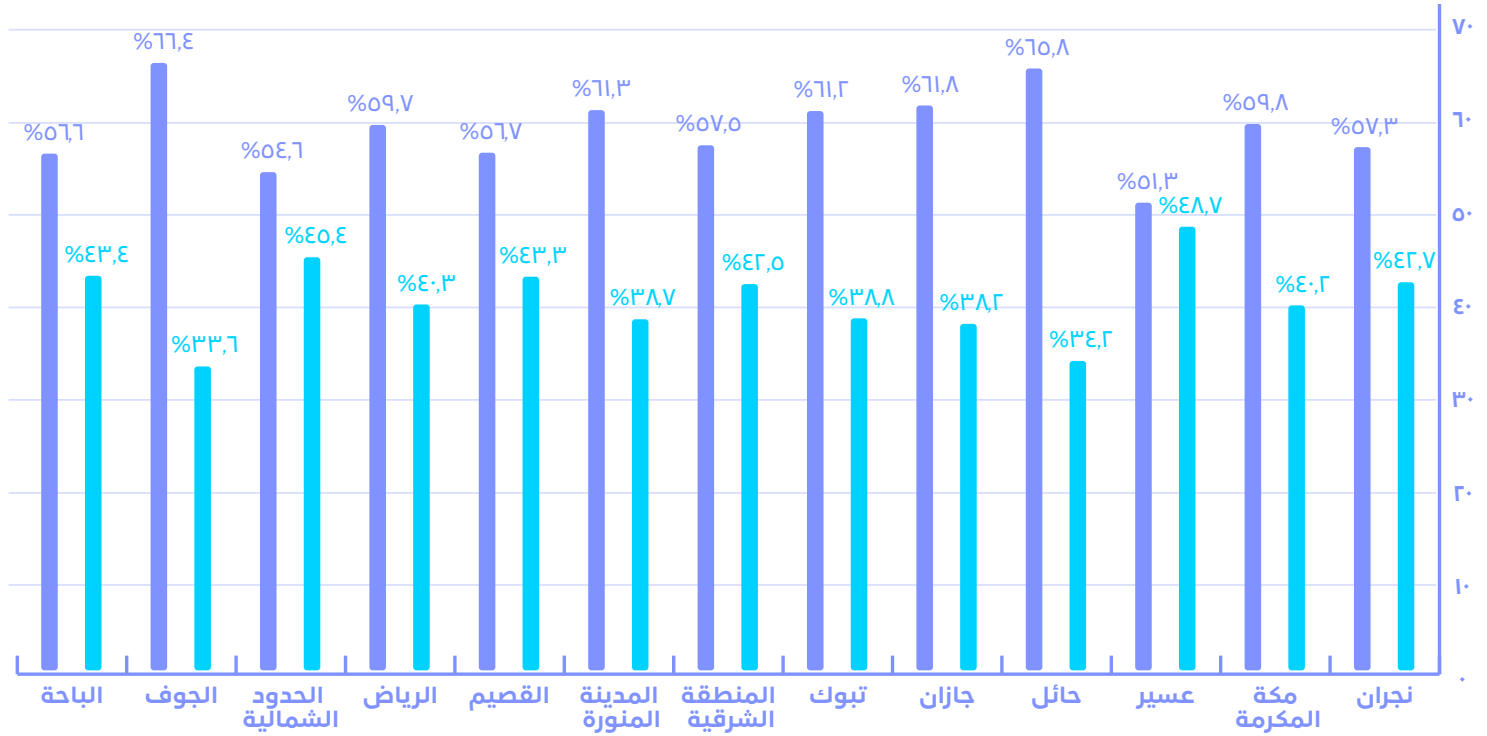


● أقل من ٤ ساعات يومياً ● أكثر من ٤ ساعات يومياً

مدة استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



## مدة استخدام الانترنت



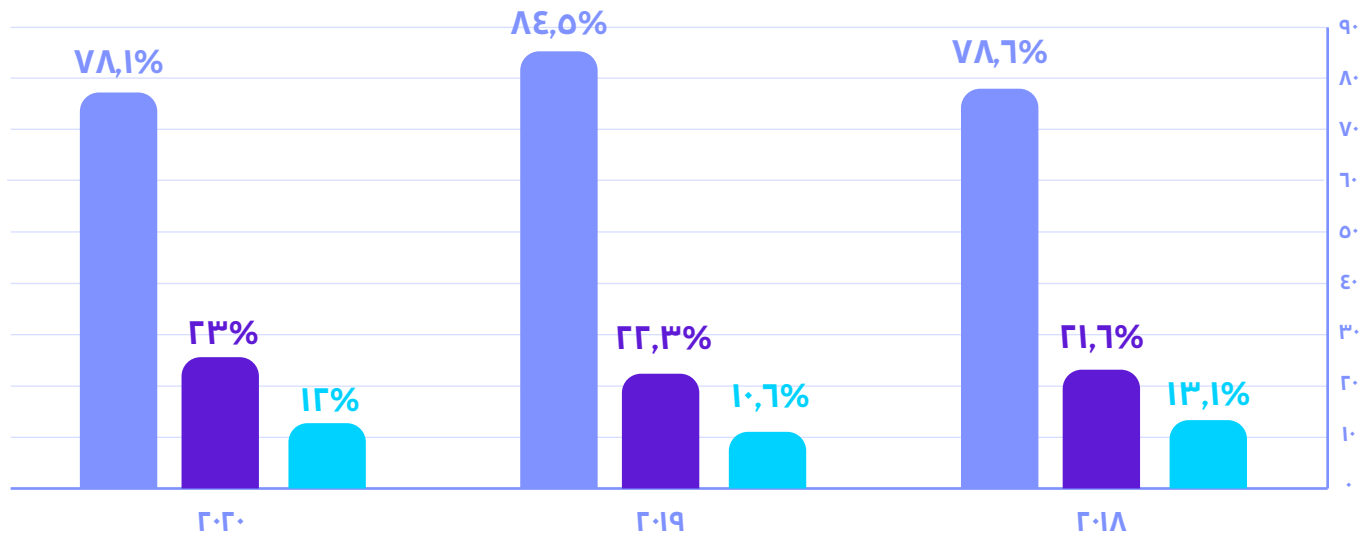
● أقل من ٤ ساعات يومياً ● أكثر من ٤ ساعات يومياً

مدة استخدام الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)





## وسيلة استخدام الانترنت

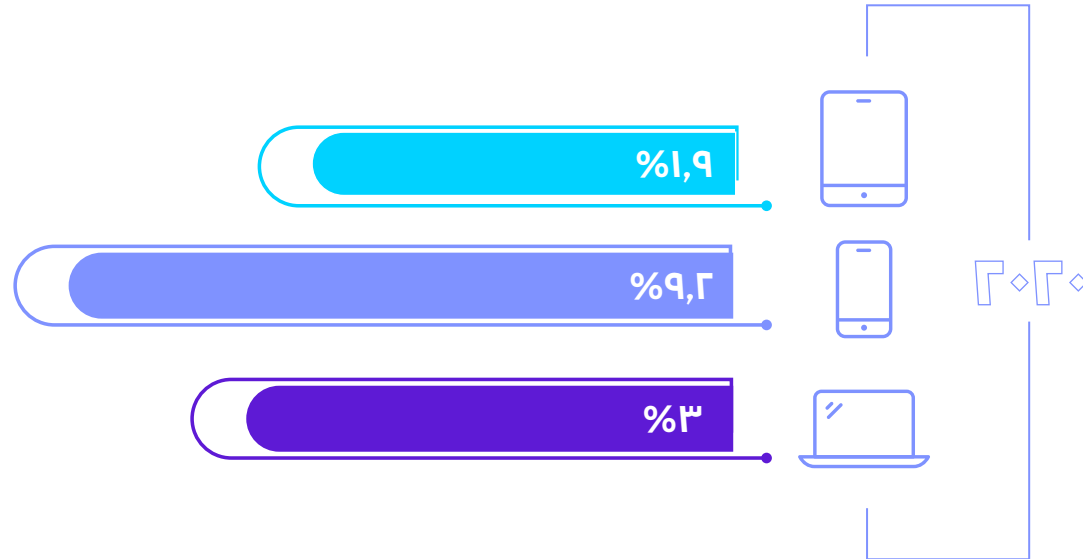
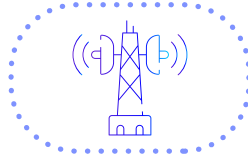


● هاتف متنقل ● حاسب محمول ● حاسب لوحي

استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات (4G\3G)



## وسيلة استخدام الانترنت

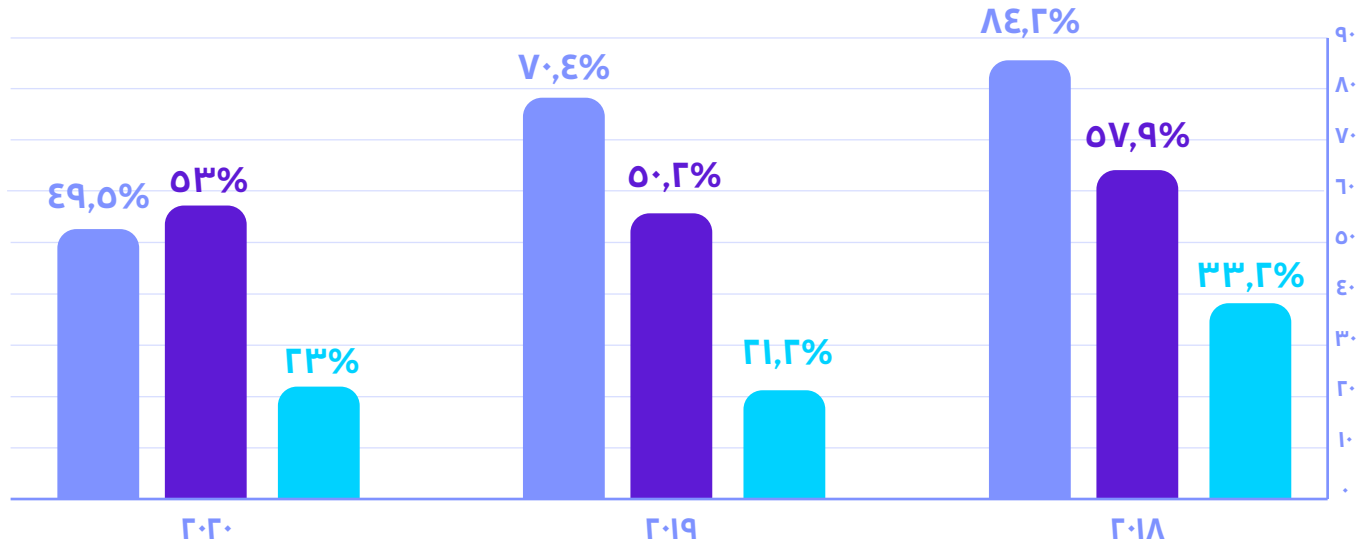


● حاسب لوحي ● حاسب محمول ● هاتف متنقل

استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات (5G)



## وسيلة استخدام الانترنت

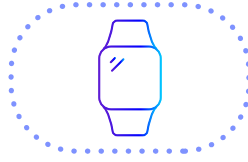


● حاسب لوحي ● حاسب محمول ● هاتف متنقل

استخدام الانترنت حسب نوع الجهاز عبر شبكات (واي فاي)



## وسيلة استخدام الانترنت

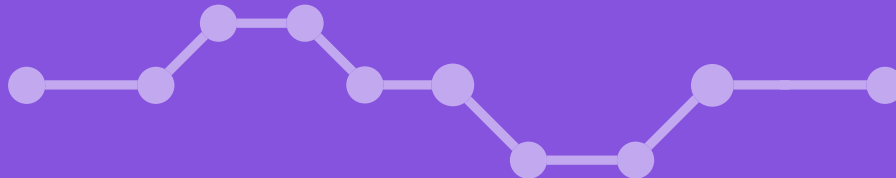
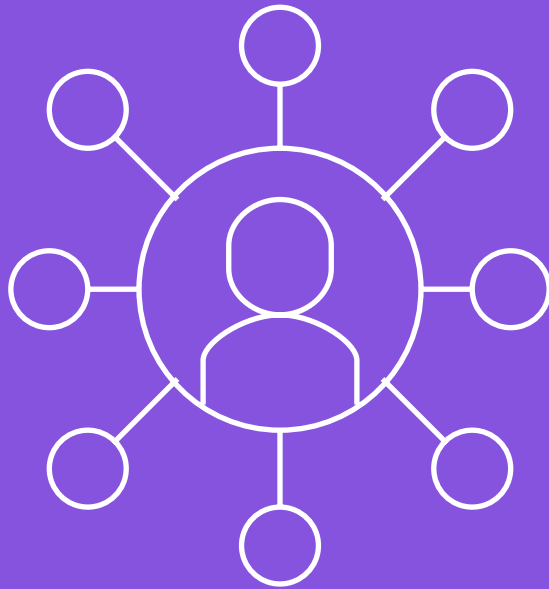


● حاسب لوحي ● حاسب محمول ● هاتف متنقل

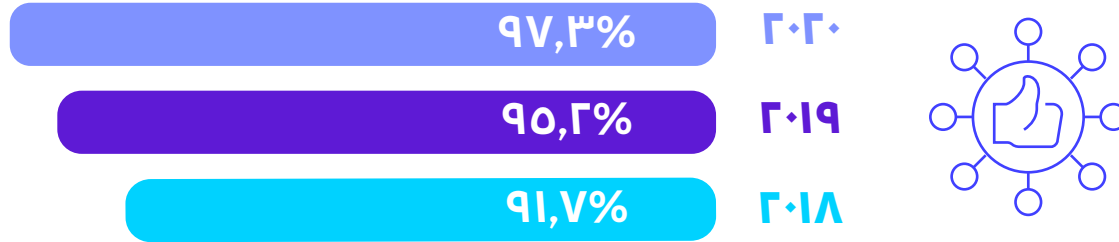
استخدام الانترنت في الساعات الذكية

# القسم الرابع

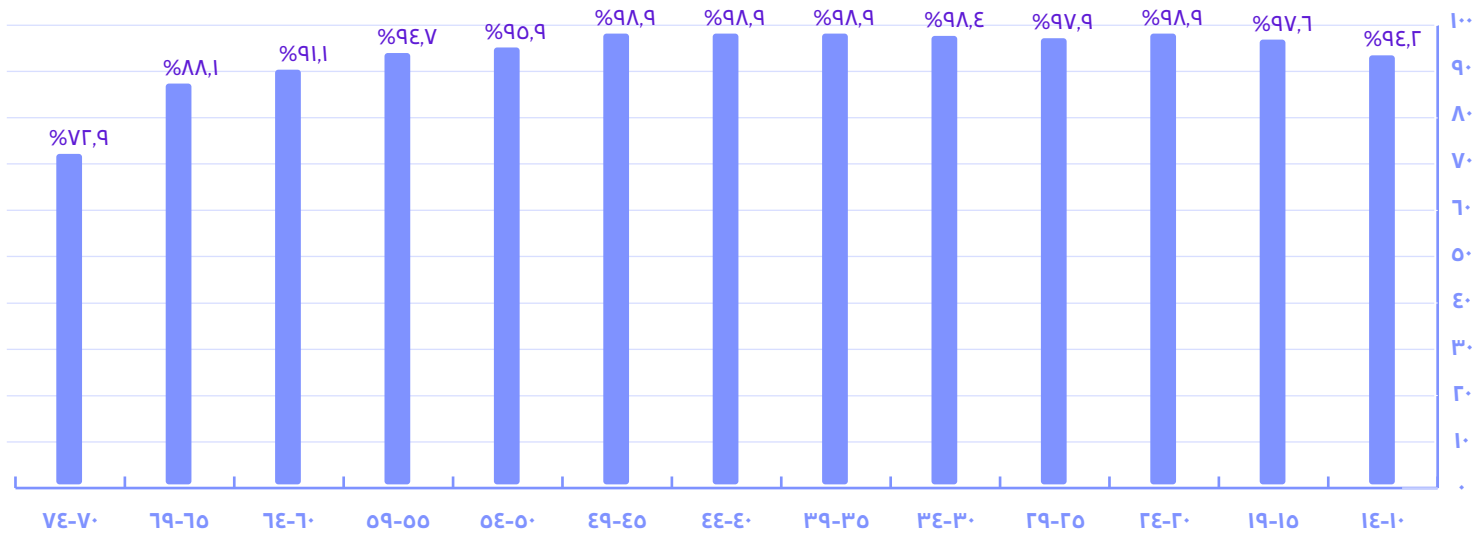
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



## استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



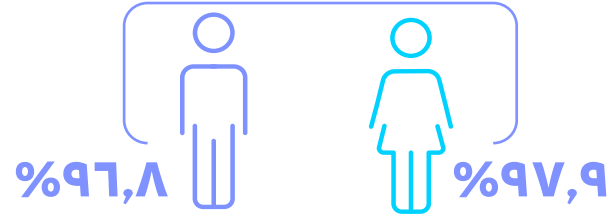
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (كنسبة من جميع المشاركين)



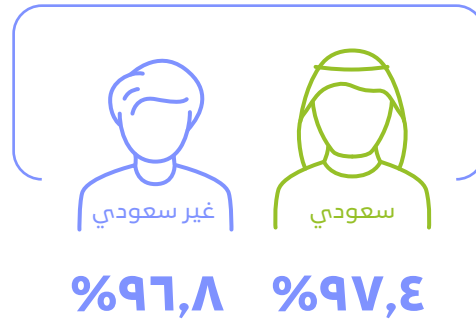
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



## استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



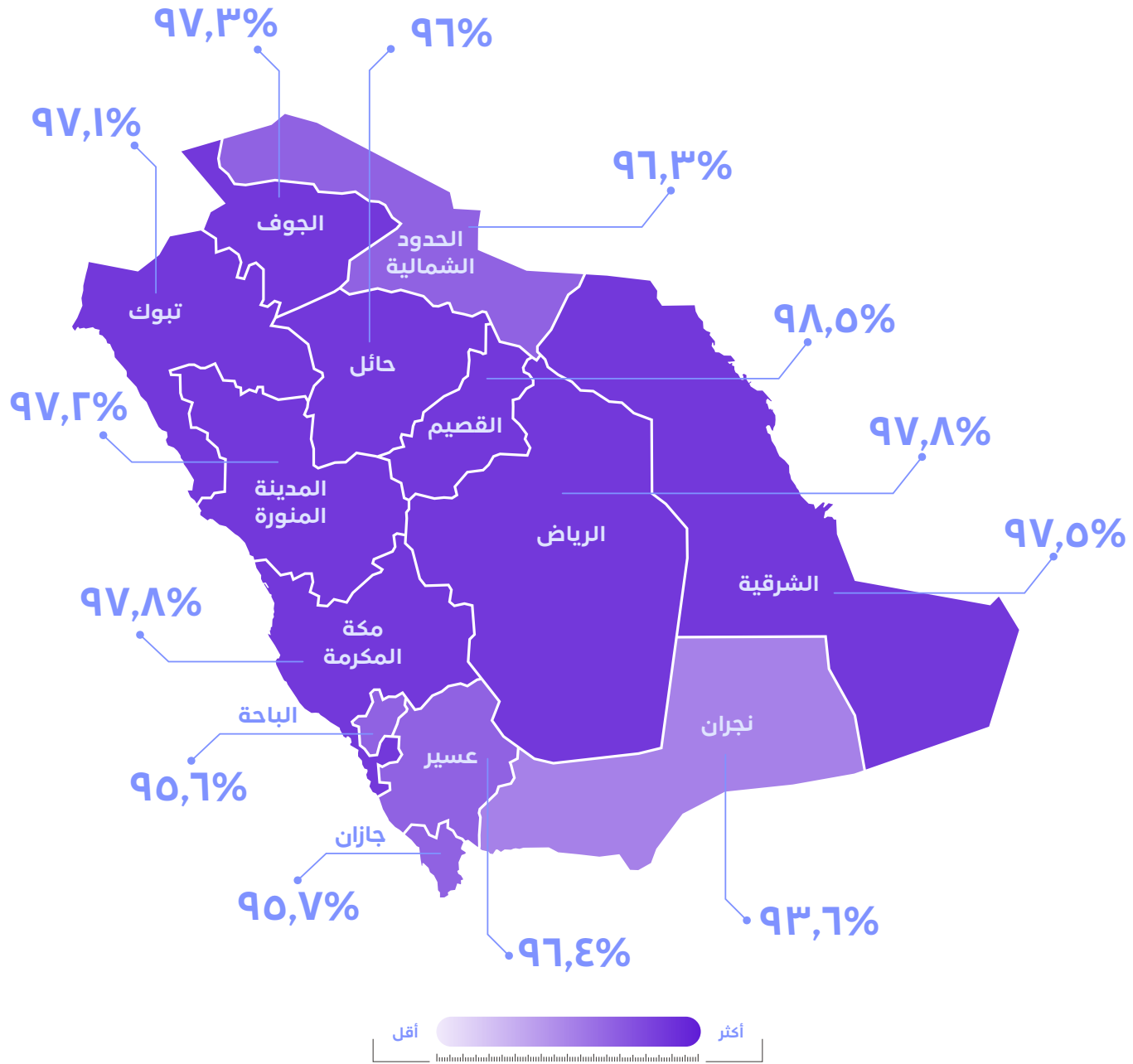
استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



## استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

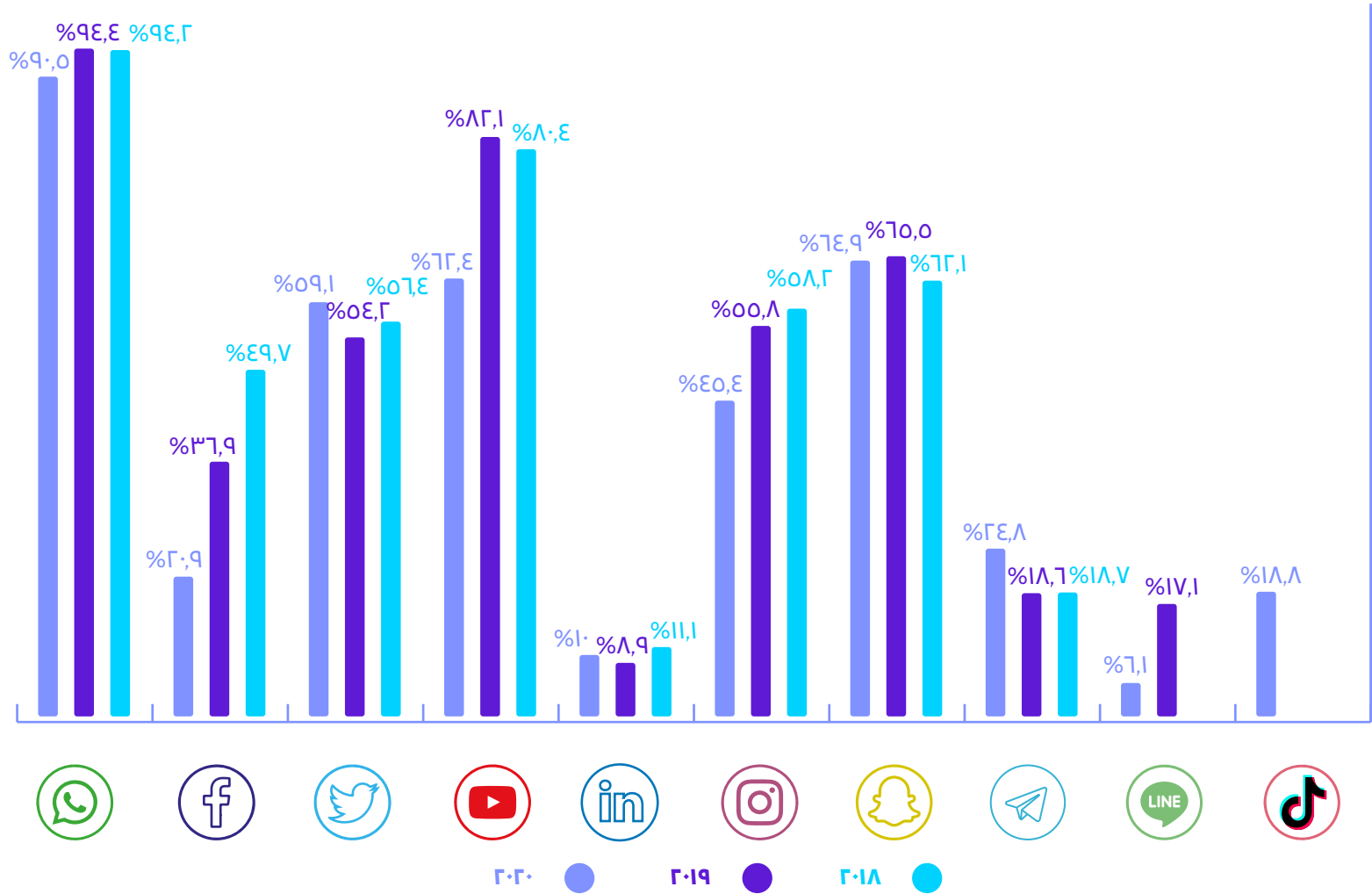


استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)





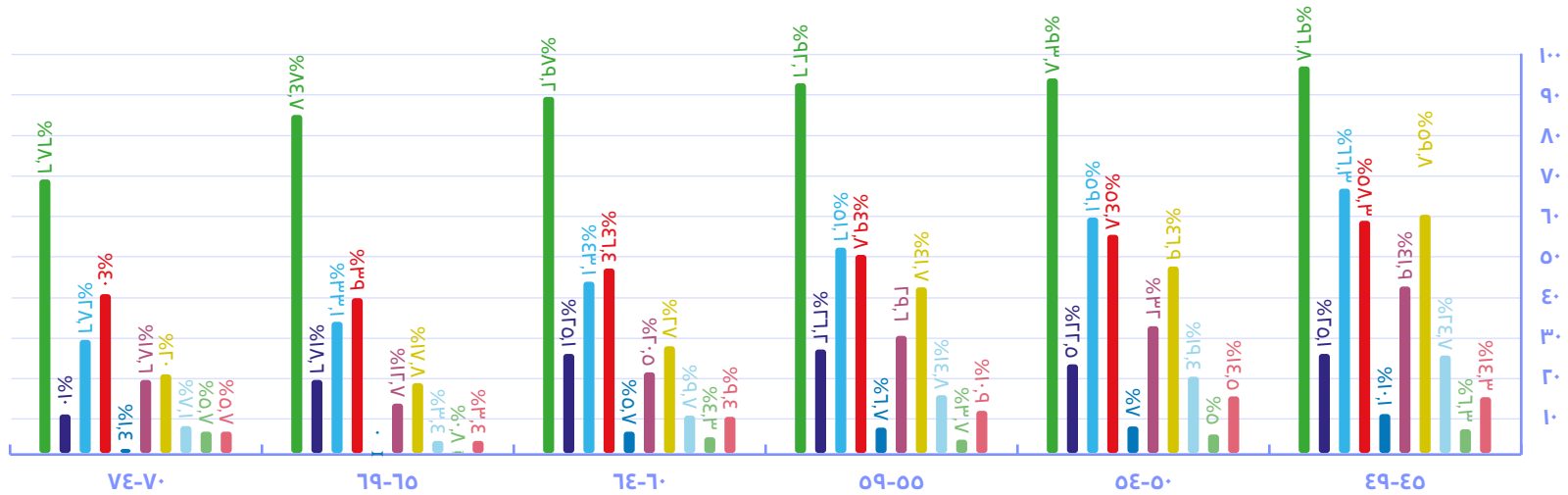
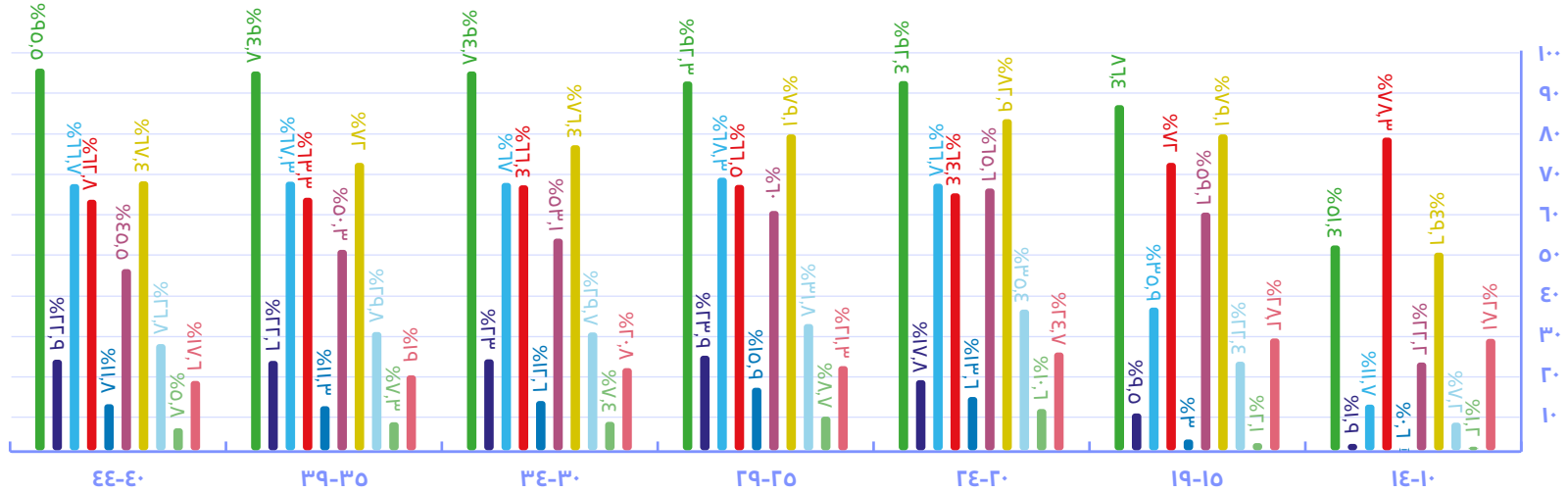
## تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً



تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً (كنسبة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي)



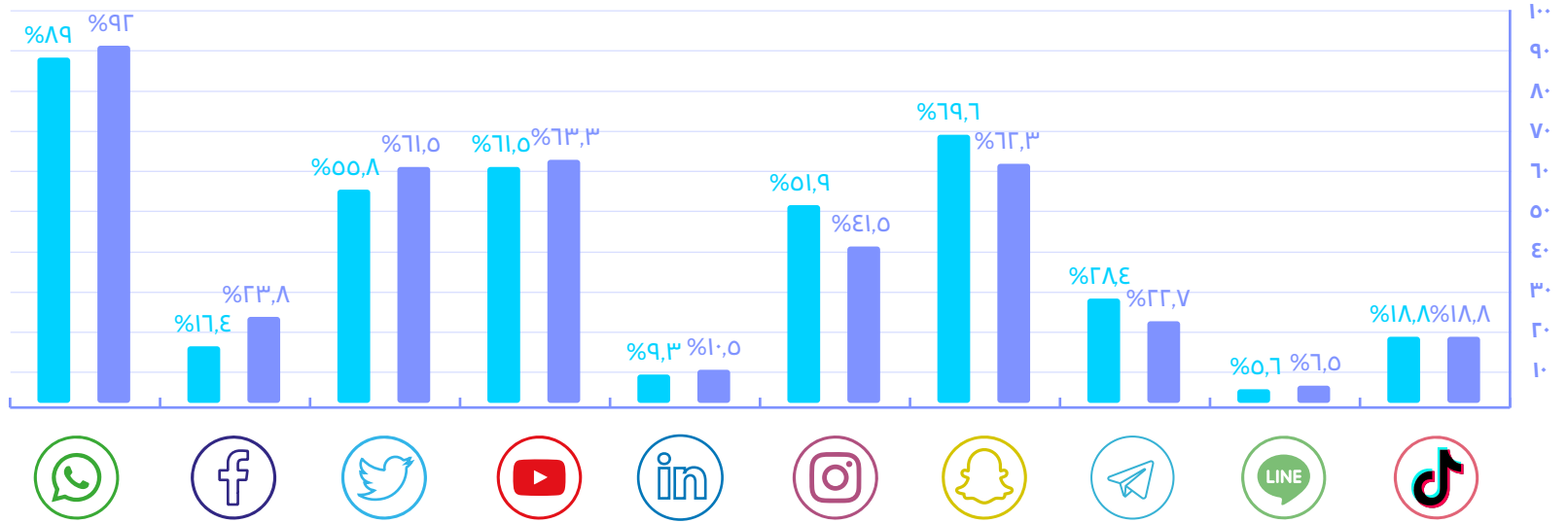
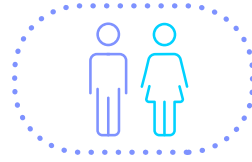
## تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً



تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



## تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً

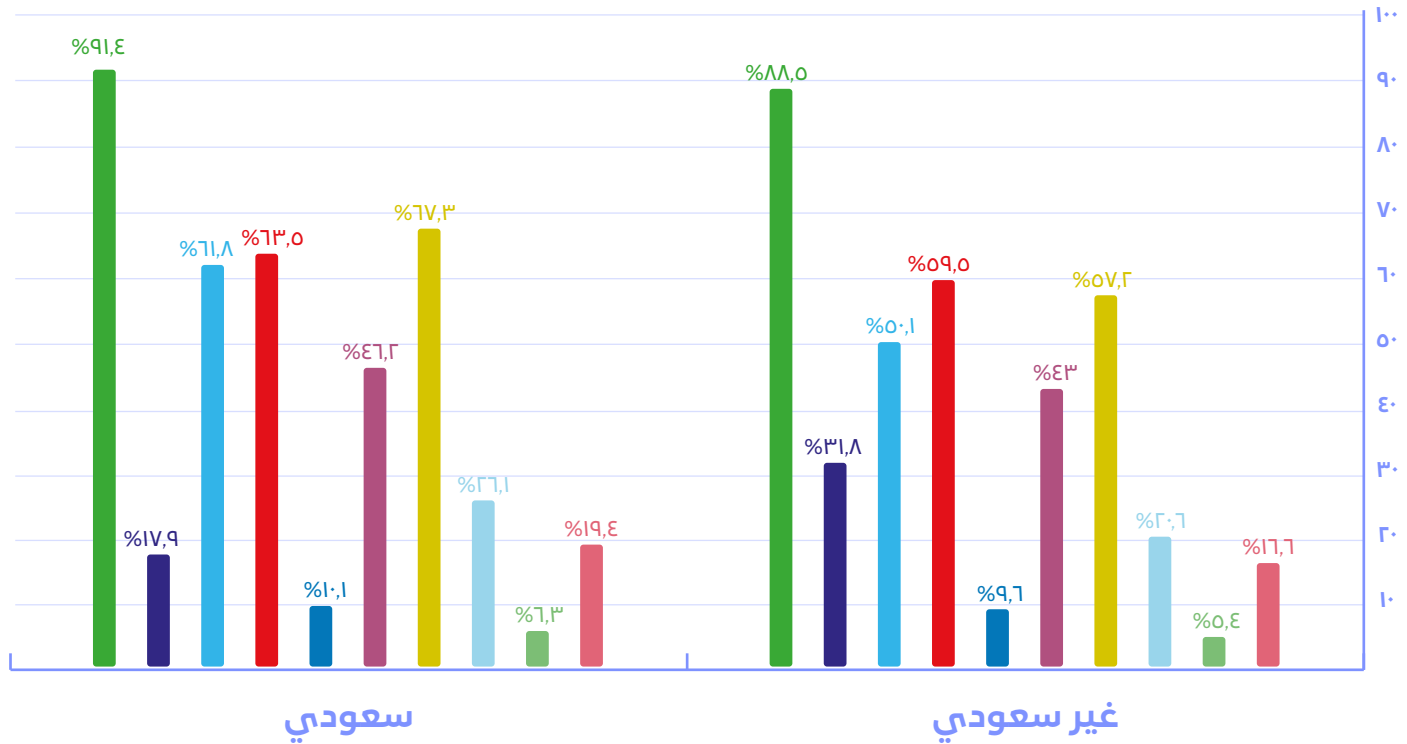


● أنثى ● ذكر

تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



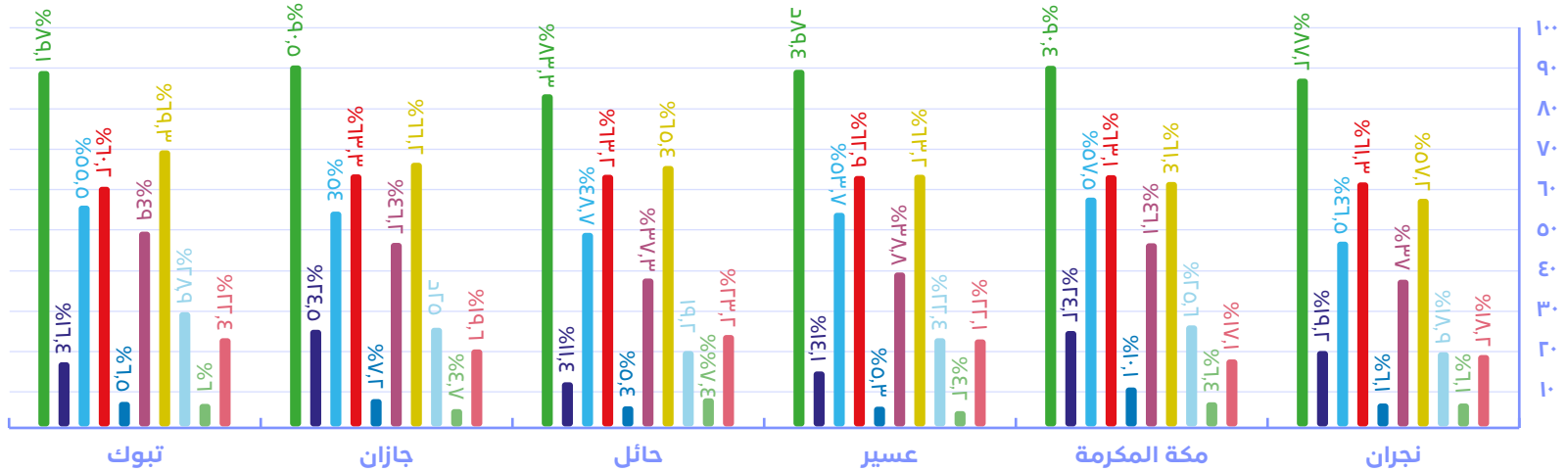
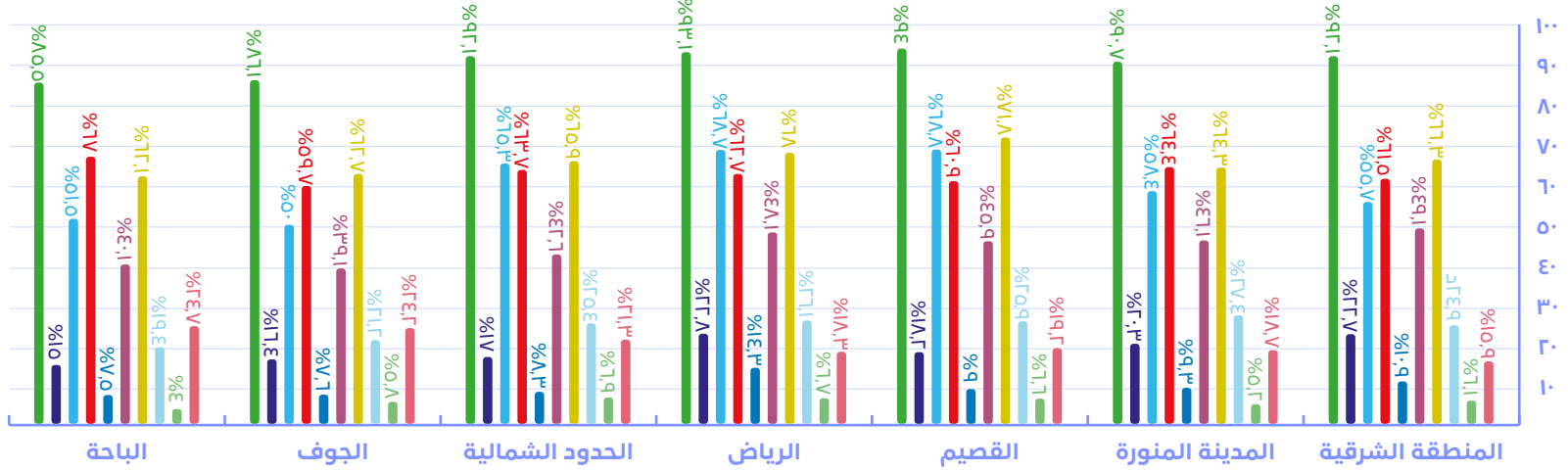
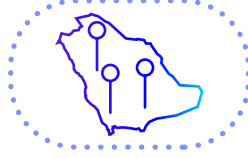
## تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً



تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



## تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً

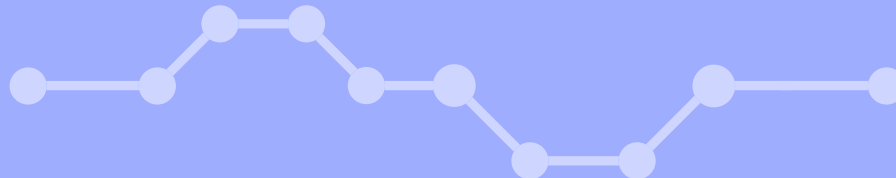


تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)

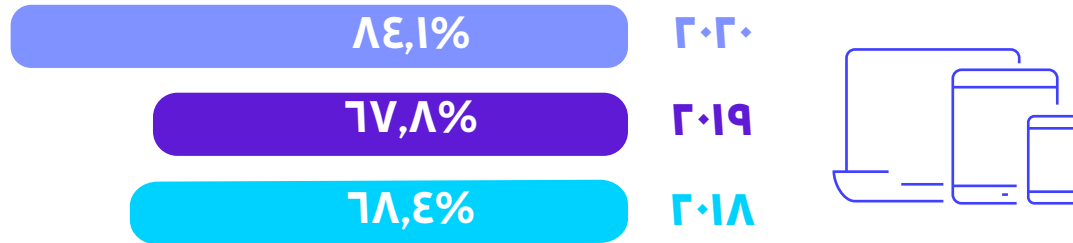
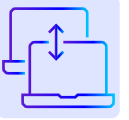
# القسم الخامس

## أجهزة الحاسب الآلي

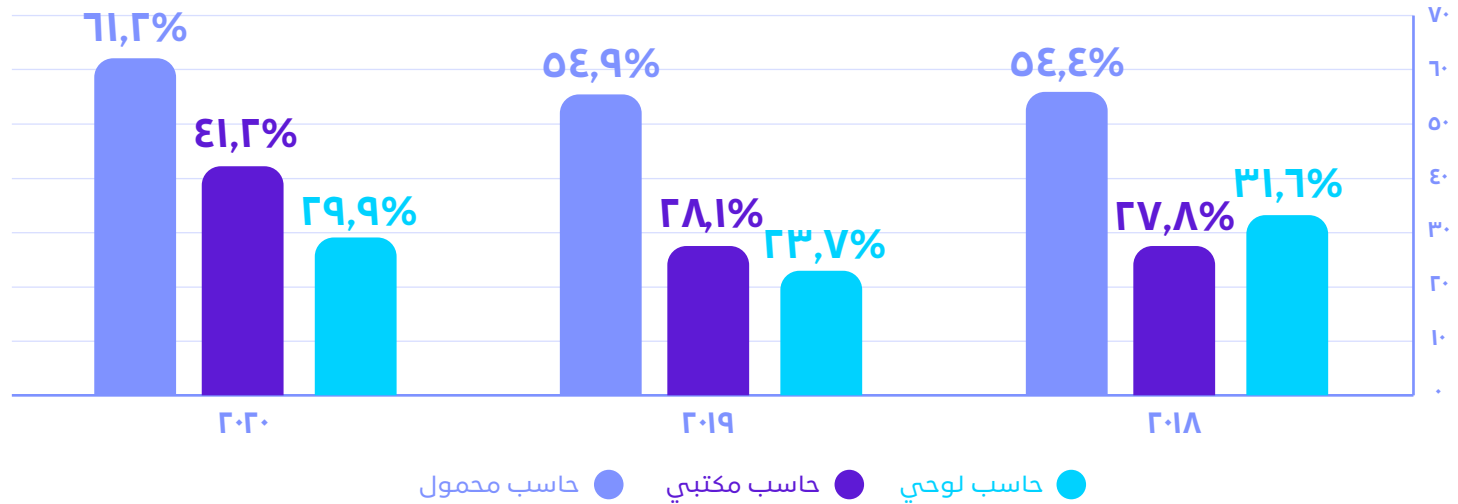
استخدام أجهزة الحاسب الآلي (مكتبي / محمول / لوحي)



## أجهزة الحاسب الآلي (مكتبي / محمول / لוחي)



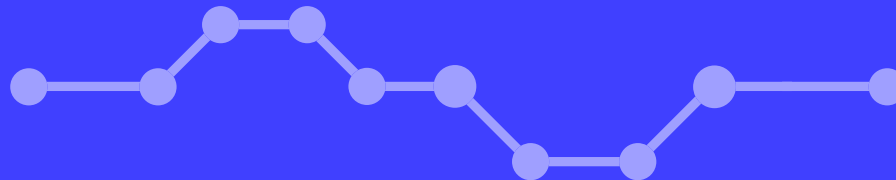
استخدام أجهزة الحاسب الآلي (كنسبة من جميع المشاركين)



استخدام أجهزة الحاسب الآلي - حسب نوع الجهاز (كنسبة من جميع المشاركين)

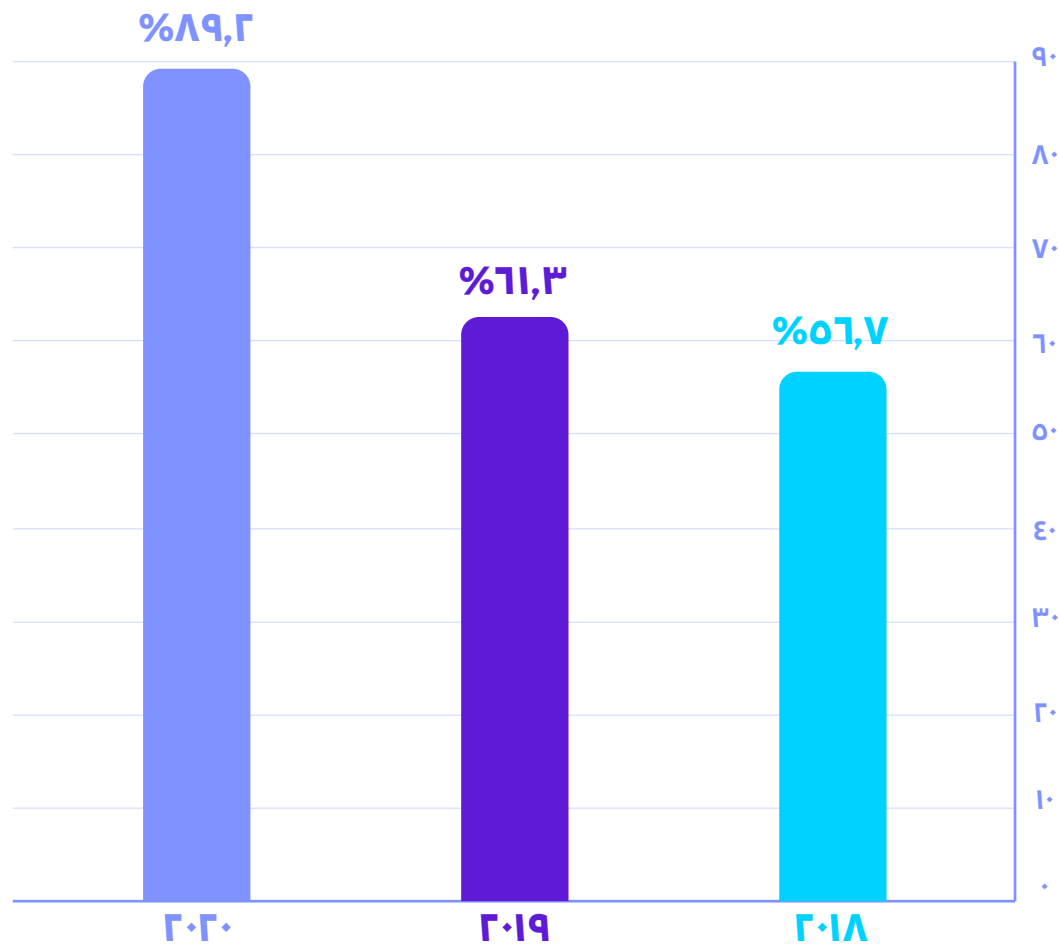
# القسم السادس

الخدمات الالكترونية





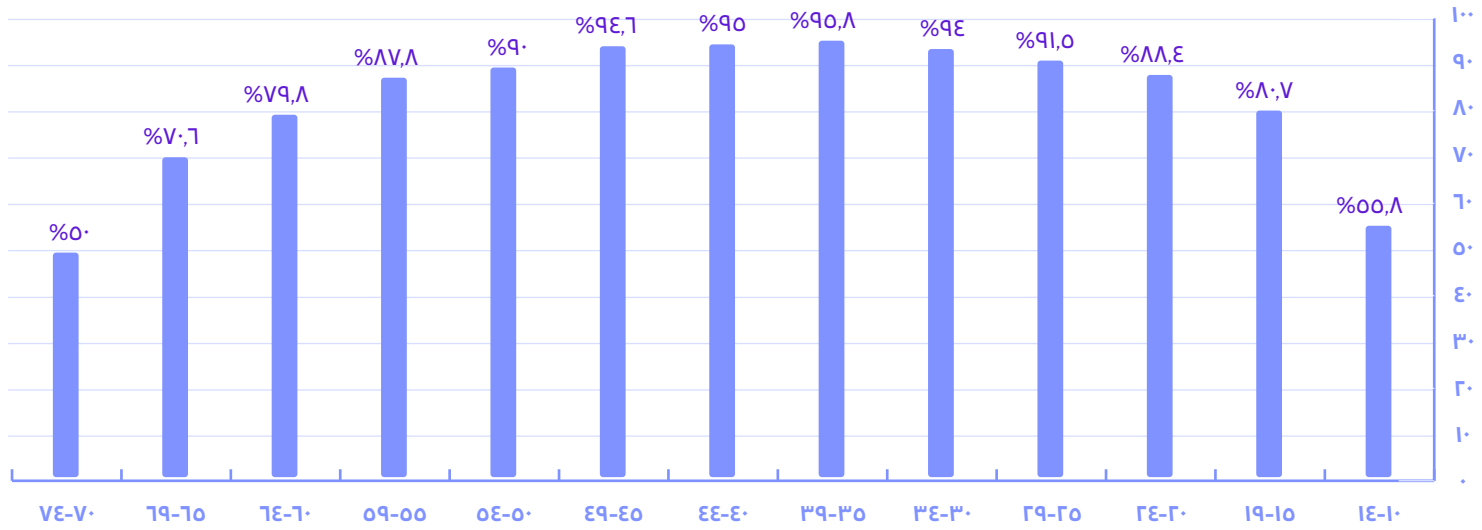
## استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية



استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية (كنسبة من جميع المشاركين)



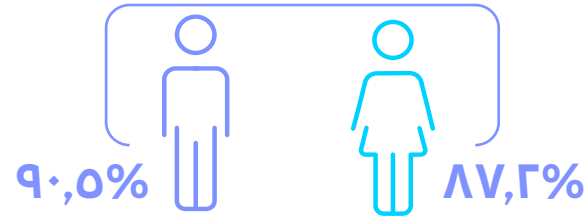
## استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية



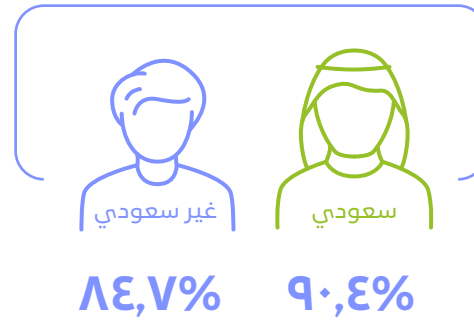
استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



## استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية



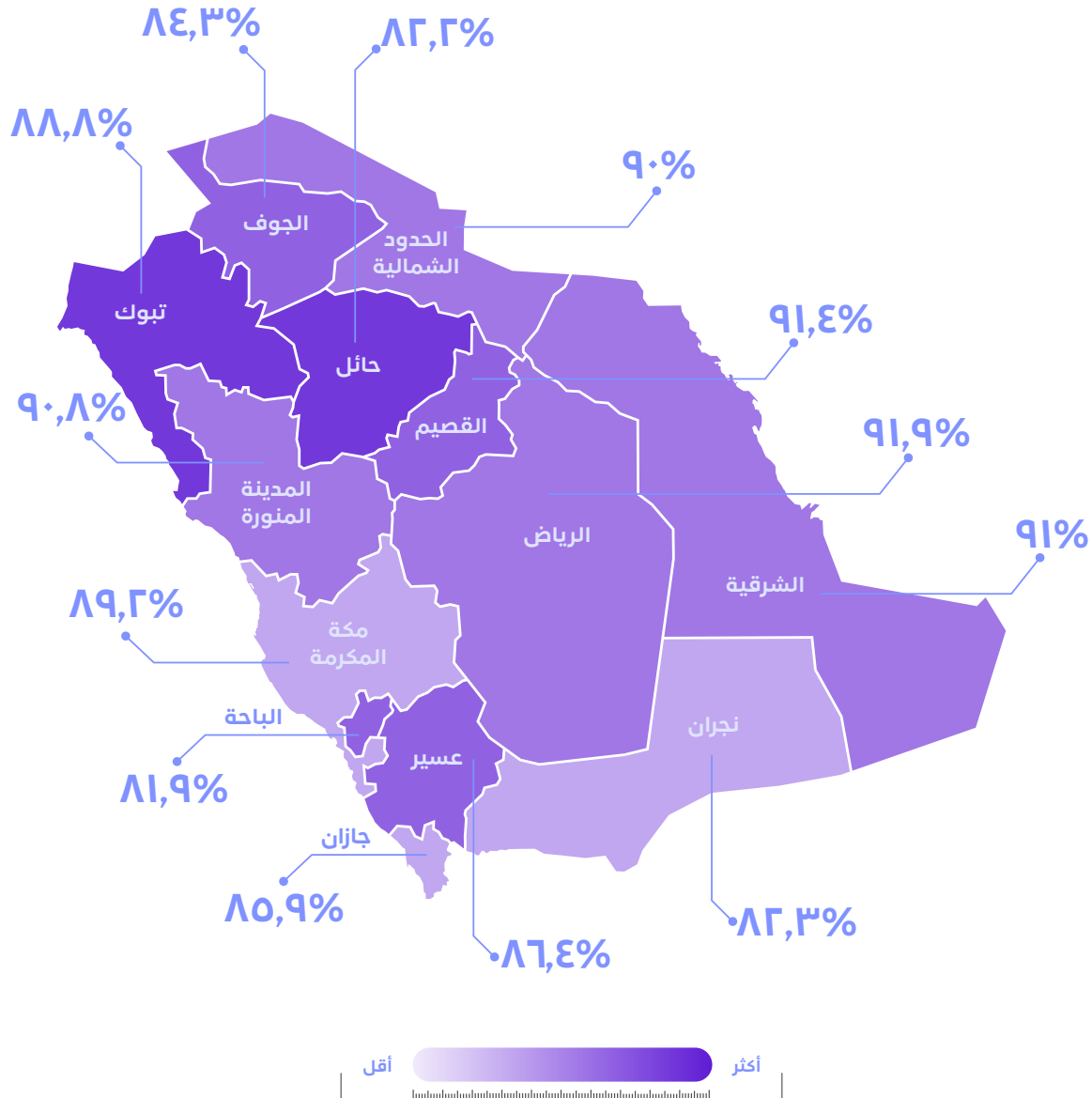
استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



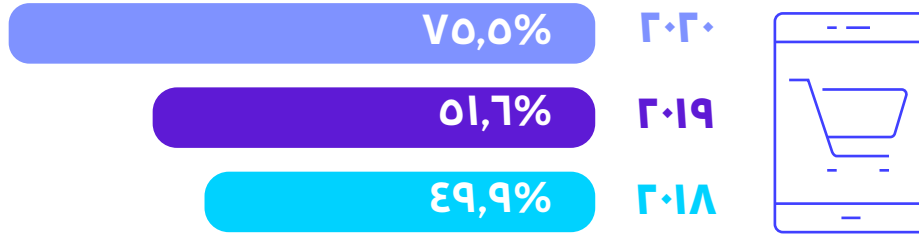
## استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية



استخدام الخدمات الحكومية الالكترونية لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)



## التسوق عبر الانترنت (شراء أو طلب منتجات أو الخدمات عبر الانترنت)



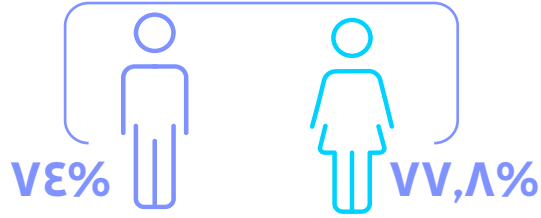
## التسوق عبر الانترنت (كنسبة من جميع المشاركين)



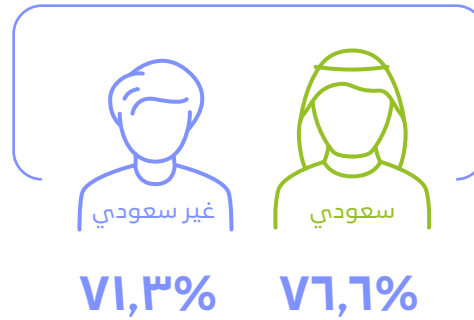
## التسوق عبر الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الفئة العمرية)



## التسوق عبر الانترنت (شراء أو طلب منتجات أو الخدمات عبر الانترنت)



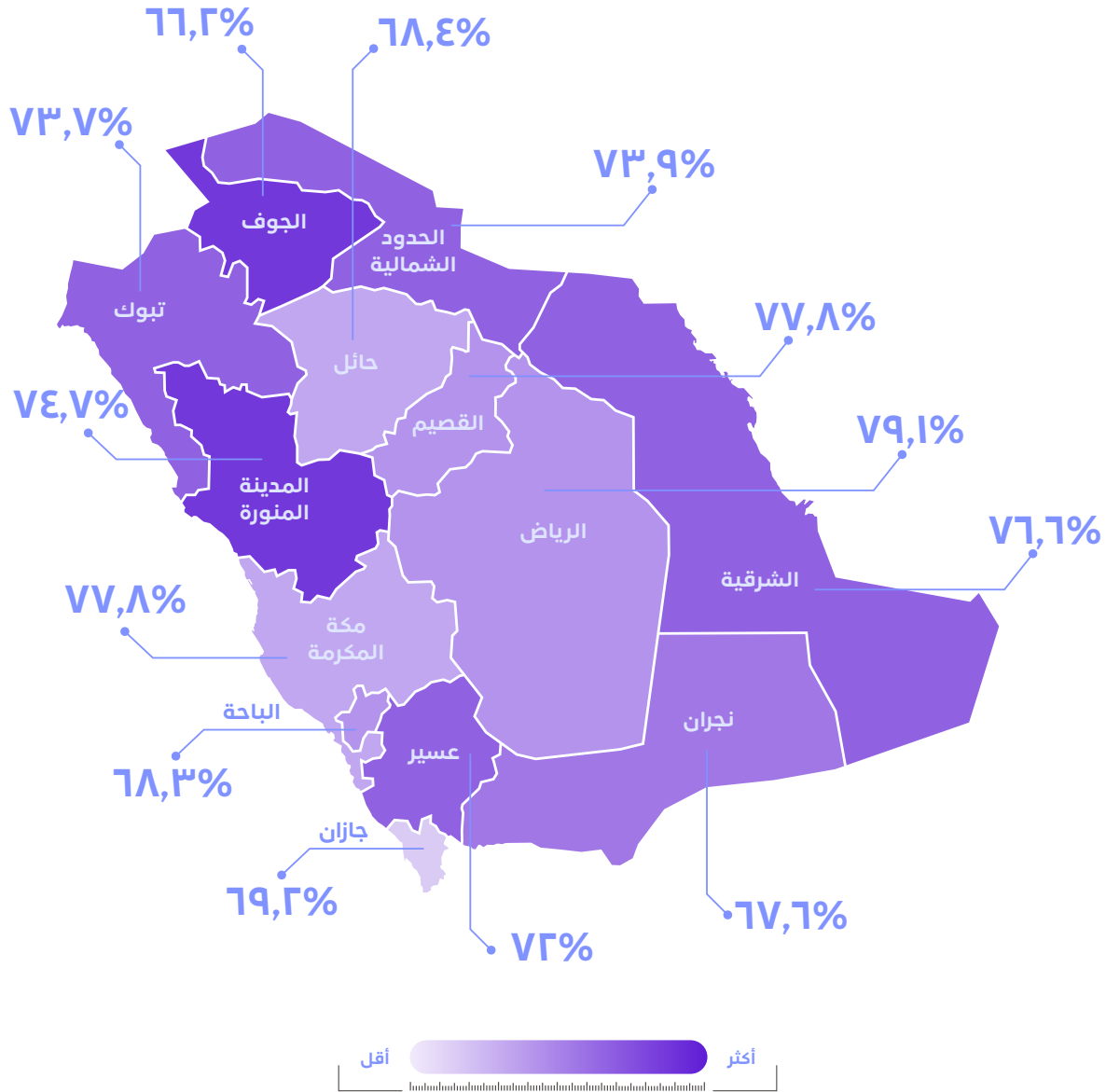
التسوق عبر الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنس)



التسوق عبر الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب الجنسية)



## التسوق عبر الانترنت (شراء أو طلب منتجات أو الخدمات عبر الانترنت)



التسوق عبر الانترنت لعام ٢٠٢٠ (حسب المنطقة)

