



الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statistics

نشرة مسح الابتكار المؤسسي

٢٠١٨

المحتويات:

١. المقدمة
٢. مصادر البيانات
٣. الأهداف
٤. المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بنشرة مسح الابتكار المجتمعي ٢٠١٨
٥. المؤشرات وطرق حسابها
٦. التغطية الزمانية والمكانية
٧. التصنيفات الإحصائية المستخدمة
٨. اختيار العينة
٩. أدوات جمع البيانات
١٠. أسلوب جمع البيانات
١١. إعداد النتائج ومراجعتها
١٢. نشر البيانات
١٣. إجراءات الجودة المطبقة
١٤. المستفيدون من النشرة وأوجه الاستفادة
١٥. نتائج المسح



مقدمة:

يعتبر عنصر الابتكار عنصرًا مهمًا ومحوريًا في تحسين مستويات المعيشة، كما يمكن أن يؤثر على الأفراد والمنشآت والقطاعات الاقتصادية ومع انتشار وتوسع عمليات الابتكار حول سيطرة كثير من المنشآت المبتكرة على السوق، وسعي جميع المنشآت لطرح منتجات وخدمات مبتكرة تساعدهم في أعمالهم، وأيضًا من خلال الابتكار في إجراءات عملية الإنتاج من حيث استحداث أدوات جديدة أو طرق تصنيع مبتكرة تسهل عملية الإنتاج، وكذلك أيضًا من خلال إقرار تنظيمات جديدة مبتكرة تطبق داخل المنشأة لدعم إجراءات العمل وتحسينها.

ولا شك أن القياس السليم للابتكار واستخدام بياناته في الأبحاث يساعد صناع القرار وراسمي السياسات على فهم التغيرات الاقتصادية والاجتماعية بشكل أفضل، وتقييم إسهام الابتكار (الإيجابي أو السلبي) في تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية، ورصد وتقييم فعالية وكفاءة سياسات المنشآت في القطاعات الاقتصادية المختلفة.

وحيث إن المملكة العربية السعودية تتوجّه - ضمن رؤية 2030 - نحو تنويع اقتصادها ودعم وزيادة مشاركة القطاع الخاص في الاقتصاد فقد أصبح هناك حاجة لمعرفة حجم الابتكار في السوق المحلي والمنشآت التي تعمل في المملكة، ومدى نجاح المنتجات الجديدة المبتكرة في السوق المحلي، ومدى تقبله واحتضانه للابتكارات. وتتأتى أهمية الابتكار في تحقيق أهداف رؤية 2030 من خلال تنويع الاقتصاد، وزيادة مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي، وتكمن أهمية تنفيذ مسح الابتكار المؤسسي في قياس مدى توفر منتجات جديدة في السوق، ومدى تطور آلية التصنيع أو الإنتاج، وكذلك تطور التنظيمات والقوانين أو استحداثها إن كانت غير موجودة، الأمر الذي يساعد في زيادة فعالية القطاع الخاص وزيادة إنتاجيته ومساهمته في الناتج المحلي الإجمالي.

وانطلاقًا من ذلك قامت الهيئة العامة للإحصاء بتنفيذ مسح الابتكار المؤسسي للمرة الأولى عام ٢٠١٩م، ويعد هذا المسح من الإحصاءات الاقتصادية المهمة التي تهدف إلى توفير المعلومات الضرورية لمعرفة الاتجاه العام لنشاط الابتكار في المملكة العربية السعودية، وكذلك توفير بيانات حول حجم الابتكار في المنشآت والسوق المحلي، كما أنه يعطي صورة عن مدى احتضان المنشآت للأفكار الجديدة والابتكارات، وأكثر فئات المنشآت ابتكارًا واحتضانًا للأفكار المبتكرة والجديدة.

وبهذه المناسبة تود الهيئة العامة للإحصاء أن تتقدم بوافر الشكر والامتنان لكل من ساهم في إنجاز هذا المشروع، وفي مقدمتهم المنشآت الواقعة في عينة هذا المسح لتعاونهم في توفير البيانات المطلوبة، وتأمّل الهيئة أن تسهم نتائج هذا المسح في تعزيز قاعدة المعلومات الإحصائية الاقتصادية، وترحب بأية مقترحات من شأنها تطوير هذا المسح، وتعظيم الاستفادة منه.

الهيئة العامة للإحصاء



مصادر البيانات في نشرة مسح الابتكار المؤسسي:

تعتمد نشرة مسح الابتكار المؤسسي في بياناتها على مسح الابتكار المؤسسي، وهو مسح ميداني تجريه الهيئة العامة للإحصاء بشكل دوري كل ثلاث سنوات، ويندرج تحت تصنيف (إحصاءات الأعمال) يتم فيه جمع المعلومات من خلال زيارة عينة ممثلة من المنشآت الاقتصادية في المجالات التي تم الإشارة لها سابقاً في المناطق الإدارية في المملكة العربية السعودية، واستيفاء استمارة إلكترونية تحتوي على عدد من الأسئلة، ومن خلالها يتم توفير تقديرات ومؤشرات تتعلق بمسح الابتكار المؤسسي.

الأهداف:

١. توفير بيانات حول حجم الابتكار في المنشآت والسوق المحلي.
٢. معرفة مدى تقبل السوق للمنتجات الجديدة.
٣. توضيح حجم الإنفاق على الابتكار.
٤. توفير بيانات مدى احتضان المنشآت للأفكار الجديدة والابتكارات.
٥. تحديد أكثر فئات المنشآت ابتكاراً واحتضاناً للأفكار الجديدة.
٦. توفير بيانات للمنشآت التي تطرح منتجاً جديداً سنوياً أو لمنشآت تعمل في مجال الابتكار عن الوضع في السوق المحلي وعن تقبل المجتمع للابتكارات والمنتجات الجديدة.



المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بنشرة مسح الابتكار المؤسسي:

١. **الابتكار:** هو منتج أو عملية إنتاج أو طريقة تنظيم أو تسويق جديدة أو محسنة تختلف اختلافاً كبيراً عن المنتجات أو العمليات السابقة للمنشأة والتي تم توفيرها للمستخدمين المحتملين أو التي تم استخدامها في عملية الإنتاج.

ويتم قياس الابتكار من خلال جزئين:

١. الابتكار في المنتجات هو سلعة أو خدمة جديدة أو محسنة تختلف اختلافاً كبيراً عن السلع أو الخدمات السابقة للمنشأة والتي تم طرحها في السوق.
٢. الابتكار في عملية الأعمال هو عملية تجارية جديدة أو محسنة لواحدة أو أكثر من وظائف العمل التي تختلف اختلافاً كبيراً عن العمليات التجارية السابقة للمنشأة والتي تم استخدامها في المنشأة.

الابتكار في عملية الأعمال يشمل ست وظائف مختلفة للمنشأة، كما هو محدد في أدبيات إدارة الأعمال: وظيفتان تتعلق بالنشاط الأساسي للمنشأة في إنتاج وتسليم المنتجات المعروضة للبيع، بينما تتعلق الوظائف الأخرى بالعمليات الداعمة كالتسويق والتنظيمات والإدارة.

٢. **ابتكارات السلع:** غالباً ما يعني عنصرًا ملموسًا، مثل: الهاتف الذكي أو الأثاث أو البرامج القابلة للتحميل، كما تعد الموسيقى والأفلام أيضاً بمثابة منتجات.
٣. **ابتكارات الخدمات:** غالباً ما تعني شيئاً غير ملموس مثل التأمين والدورات التعليمية والرحلات الجوية والاستشارات وغيرها من الخدمات.
٤. **ابتكار العمليات:** هو تنفيذ عملية إنتاج جديدة أو محسنة بشكل كبير، أو طريقة توزيع، أو نشاط داعم.
٥. **ابتكار التنظيمات:** الابتكار التنظيمي هو طريقة تنظيمية جديدة لممارسات أعمال منشأتك (بما في ذلك إدارة المعرفة)، وتنظيم مكان العمل (تغييرات استراتيجية في هيكل المنظمة) أو العلاقات الخارجية التي لم تستخدمها منشأتك من قبل.
٦. **الابتكار في التسويق:** تنفيذ مفهوم أو استراتيجية تسويقية جديدة تختلف اختلافاً كبيراً عن أساليب التسويق الحالية في منشأتك والتي لم تستخدمها منشأتك من قبل.
٧. **براءة الاختراع:** هي وثيقة حماية استثنائية تمنح لمن توصل إلى اختراع.
٨. **حقوق التصميم الصناعي:** التصميم الصناعي هو المظهر الزخرفي أو الجمالي لقطعة ما، ومن الممكن أن يتألف التصميم من عناصر مجسمة، مثل شكل القطعة أو سطحها، أو من عناصر ثنائية الأبعاد، مثل الرسوم أو الخطوط أو الألوان.
٩. **العلامة التجارية:** العلامة التجارية هي إشارة تُميز سلع أو خدمات سائر المنشآت وتُحمى العلامات التجارية بقوانين الملكية الفردية.

١. أهم المؤشرات

المؤشر	وصف المؤشر
عدد المنشآت المبتكرة	إجمالي المنشآت التي قامت بالابتكار
مجال عمل المنشآت المبتكرة	هو النشاط الاقتصادي الذي تمارسه المنشأة
الأسواق التي تعمل بها المنشآت المبتكرة	هو موقع السوق التي قامت المنشأة ببيع سلعها أو خدماتها فيه.
حجم الإنفاق على الابتكار في المنشآت المبتكرة	جميع ما أنفقته المنشأة على الابتكار.
حجم الإيرادات من الابتكارات	هي الإيرادات المتحققة نتيجة بيع سلع مبتكرة أو تقديم خدمات مبتكرة.
مؤشر المستوى التعليمي لموظفي المنشآت المبتكرة	إجمالي عدد المشتغلين حسب المستوى التعليمي



التغطية:

التغطية المكانية:

يغطي مسح الابتكار المؤسسي كافة المناطق الإدارية الـ (١٣) للمملكة العربية السعودية، حيث يغطي المسح مناطق: (الرياض، ومكة المكرمة، والمدينة المنورة، والقصيم، والشرقية، وعسير، وتبوك، وحائل، والحدود الشمالية، وجازان، ونجران، والباحة، والجوف) وتم إعطاء أهمية أكبر للمدن باعتبار أنها تضم حوالي ٨٤% من إجمالي المنشآت بالمملكة، وتشغل ما يقارب ٩١% من إجمالي المشتغلين في المملكة، وذلك عن طريق زيارة عينة من المنشآت الاقتصادية لكل منطقة يتم اختيارها بطريقة علمية لتكون عينة ممثلة لكافة المنشآت الاقتصادية في المنطقة.

التغطية الزمانية:

تم إسناد بيانات مسح الابتكار المؤسسي إلى الثلاث سنوات السابقة لتنفيذ المسح (٢٠١٦، ٢٠١٧، ٢٠١٨).

التصنيفات الإحصائية المستخدمة:

تعتمد بيانات النشرة على التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية (٤ ISIC).

اختيار العينة:

تم اختيار عينة المسح البالغ عددها (٦٧.٠٠٠) منشأة تقريبًا والتي تزاوُل الأنشطة الاقتصادية المستهدفة كعينة مختارة ومُمثلة لمجتمع المسح على مستوى المملكة، وموزعة على كافة مناطق المملكة العربية السعودية الثلاث عشرة.

وحدة المعاينة في مسح الابتكار المؤسسي:

تعد المنشأة هي وحدة المعاينة في هذا المسح، وهي وحدة المعاينة الأساسية لعينة المسح الاقتصادية، ويتم الاعتماد على حجم المنشأة والنشاط الاقتصادي لتوزيع مجتمع الدراسة إلى طبقات تساهم في سحب عينة ممثلة لمجتمع الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

استمارة جمع البيانات الميدانية: تم إعداد وتصميم استمارة المسح من قبل مختصي إحصاءات الأعمال في الهيئة العامة للإحصاء، وقد روعي عند تصميمها التوصيات والمعايير والتعاريف الدولية، كما تم عرضها على المختصين والخبراء خلال زيارتهم للهيئة، وتم عرضها كذلك على الجهات ذات العلاقة لأخذ مرائياتهم وملاحظاتهم عليها، وقد تم إعداد صياغة الأسئلة بطريقة علمية محددة؛ بهدف توحيد صيغة توجيه السؤال من قبل الباحثين.



تم تقسيم الاستمارة إلى عشرة أقسام حسب الموضوع لزيادة كفاءة الاستمارة في تحقيق المواصفات الفنية لمرحلة العمل الميداني وهي:

البيانات العامة	ابتكار المنتجات	ابتكار العمليات
الابتكار في التنظيم	الابتكار في التسويق	الدعم المالي لأنشطة الابتكار
التعاون في الابتكارات	الأنظمة والعوامل المؤثرة على الابتكار	حقوق الملكية الفكرية
الإنفاق على الابتكار		
يمكن الاطلاع على الاستمارة كاملة وتحميلها من خلال الموقع الرسمي للهيئة على الإنترنت.		

وبعد اعتماد استمارة المسح تم تحويلها إلى استمارة إلكترونية يمكن التعامل معها من خلال نظام جمع البيانات المطور باستخدام الأجهزة اللوحية (Tablet devices)، والذي يتميز بما يلي:

- ١- استعراض منطقة عمل الباحث الميداني (عينة المسح).
- ٢- الوصول إلى العينة (المنشأة) باستخدام الخريطة في الجهاز اللوحي.
- ٣- استيفاء البيانات بجودة عالية باستخدام قواعد تدقيق البيانات والتنقل (لاكتشاف أخطاء الإدخال والمدخلات اللامنتطقية آلياً لحظة استيفاء البيانات).
- ٤- التواصل بين الفئات الإشرافية من خلال إرسال واستقبال الملاحظات مع الباحث الميداني.

أسلوب جمع البيانات:

- تم اختيار العاملين المرشحين كباحثين ميدانيين الذين سيقومون بزيارة المنشآت لجمع بيانات مسح الابتكار المؤسسي بناءً على عدة معايير عملية وموضوعية تتعلق بطبيعة العمل، مثل:
 - المستوى التعليمي.
 - الخبرة في الأعمال الميدانية.
 - الصفات الشخصية، مثل: حسن السيرة والسلوك، وسلامة الحواس، واللياقة الطبية والنفسية.
 - اجتياز المرشح للبرنامج التدريبي لمسح الابتكار المؤسسي.
 - ألا يقل عمر المرشح عن ٢٠ سنة.
- تم تأهيل وتدريب جميع المرشحين (موظفي الهيئة، والمتعاونين من منسوبي بعض الجهات الحكومية) وذلك من خلال برامج تدريبية خاصة.
- تم اعتماد أسلوب الاتصال المباشر بالمنشأة في عملية استيفاء استمارة المسح وجمع البيانات، حيث قام الباحث الميداني بزيارة المنشآت الواقعة ضمن عينة المسح بعد الوصول لها باستخدام الإحداثيات المدونة في الجهاز اللوحي والخرائط الإرشادية، والتعريف بنفسه، وإبراز الوثائق الرسمية التي تثبت هويته الإحصائية، كما



وَصَح هدفه من الزيارة، وقَدَّم نبذة عن المسح وأهدافه، واستوفى الاستمارة الإلكترونية مشافهةً من مالك المنشأة أو أي مسؤول في المنشأة مُلِّمً بشؤونها.

▪ استخدم كافة الباحثين الميدانيين الأجهزة اللوحية لاستيفاء بيانات استمارة المسح بناءً على الإسناد الزمني المحدد وفقاً لقواعد التنقل بين أقسام وأسئلة الاستمارة.

▪ استخدم الباحثون الميدانيون في مختلف مناطق العمل بالمملكة خاصية " التزامن " المتوفرة على الأجهزة اللوحية لتحميل ونقل البيانات المستوفاة للمنشأة بشكل مباشر إلى قاعدة البيانات المرتبطة بها في المركز الرئيس بالهيئة، حيث تُخزَّن بشكل معين تمهيداً لمراجعتها ومعالجتها لاحقاً.

▪ تطبيق (قواعد التدقيق) إلكترونياً لضمان اتساق ودقة ومنطقية البيانات على استمارة مسح الابتكار المؤسسي، وهي (قواعد إلكترونية تكتشف تعارض الإجابات) تم بناؤها من خلال ربط العلاقة المنطقية بين إجابات الاستمارة ومتغيراتها لتساعد الباحث الميداني في اكتشاف أي خطأ بشكل مباشر عند استيفاء بيانات الاستمارة مع المسؤول عن إعطاء البيانات، بحيث لا تسمح هذه القواعد المُبرمجة بتمرير الأخطاء إذا تعارضت الإجابة مع معلومة أو إجابة أخرى في الاستمارة.

▪ تم التحقق من صحة البيانات المُجمَّعة عن طريق مراجعة البيانات من خلال الباحث الميداني نفسه والمفتش المسؤول عنه، والمشرف على عملية المسح في منطقة الإشراف، حيث خضعت جميع مناطق العمل لعملية مراقبة ومراجعة من غرفة جودة البيانات في المركز الرئيس بالهيئة، والتي تقوم أيضاً بضبط ومراقبة أداء جميع الفئات العاملة بالميدان تزامناً مع وقت تنفيذ عملية جمع البيانات بدءاً من اليوم الأول إلى آخر يوم فيها.

اعداد النتائج ومراجعتها:

بعد أن تمت مراجعة البيانات المُجمَّعة لمسح الابتكار المؤسسي، تم القيام بعمليات الاحتساب واستخراج النتائج، وتحميل المخرجات وتخزينها على قاعدة البيانات، ومن ثمَّ تمت عمليات المراجعة النهائية عن طريق المتخصصين في إحصاءات الأعمال باستخدام تقنيات حديثة وبرمجية تم تصميمها لأغراض المراجعة والتدقيق.

نشر البيانات:

أولاً: إعداد وتجهيز النتائج المصممة للنشر:

وفي هذه المرحلة قامت الهيئة بتحميل نتائج البيانات من قاعدة البيانات لمسح الابتكار المؤسسي، ثم تم إعداد وتجهيز جداول النشر والرسوم البيانية للبيانات والمؤشرات، وأضيفت لها البيانات الوصفية والمنهجية كما هي الآن في هذه النشرة، وقد تم إعدادها باللغتين العربية والإنجليزية.



ثانياً: إعداد المواد الإعلامية والإعلان عن صدور النشرة:

بعد أن قامت الهيئة مطلع العام الميلادي بنشر موعد إصدار النشرة عبر موقعها الرسمي على الإنترنت، تقوم في هذه المرحلة بإعداد المواد الإعلامية الخاصة للإعلان عن صدورها عبر كافة وسائل الإعلام، إضافة إلى منصات المختلفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وتعلن عنها في اليوم المحدد للنشر، وتُنشر ابتداءً في الموقع الرسمي بقوالب مختلفة كبيانات مفتوحة بصيغة Excel

وذلك لضمان انتشارها ووصولها إلى كافة العملاء والمهتمين بنتائج مسح الابتكار المؤسسي، وإدراجها في المكتبة الإحصائية على الموقع.

ثالثاً: التواصل مع العملاء وتزويدهم بالنشرة:

إيماناً من الهيئة بأهمية التواصل مع العملاء من مستخدمي البيانات تقوم فور صدور نشرة مسح الابتكار المؤسسي بالتواصل مع العملاء وتزويدهم بالنشرة، كما تستقبل أسئلة واستفسارات العملاء حول النشرة ونتائجها عبر مختلف القنوات الاتصالية ليتواصل عملاؤها معها لطلب البيانات، حيث يتم استقبال الطلبات والاستفسارات عن طريق:

- الموقع الإلكتروني الرسمي للهيئة: www.stats.gov.sa
- البريد الإلكتروني الرسمي للهيئة: info@stats.gov.sa
- البريد الإلكتروني الخاص بدعم العملاء (Client Support) cs@stats.gov.sa
- الزيارة الرسمية لمقر الهيئة الرسمي في الرياض أو أحد فروعها بمناطق المملكة.
- الخطابات الرسمية.
- الهاتف الإحصائي بالاتصال على رقم (٨١ . ٢٠ . ٩٢).

إجراءات الجودة المطبقة:

1. يخضع مسح الابتكار المؤسسي للعديد من إجراءات الجودة الفنية وذلك لضمان جودة البيانات الناتجة من هذا المسح، ومن هذه الإجراءات:
 1. استخدام تقييمات المسوح السابقة لأغراض رصد عناصر القوة والضعف في تنفيذ المسح وتحسين إجراءات جمع البيانات الإحصائية.
 2. تدريب واختبار الباحثين لضمان قدرة الباحث في الحصول على البيانات بطريقة مناسبة تتماشى مع أهداف المسح.
 3. اختبار الوسائل الإلكترونية المستخدمة في جمع البيانات لأغراض التأكد من سلامة البيانات وحمايتها في جميع مراحل تنفيذ المسح.
 4. التقليل من عبء المستجيب من خلال استخدام البرمجيات والرسائل الالكترونية لجمع البيانات.
 5. الالتزام بنشر النتائج حسب مواعيد النشر المحددة مسبقاً.



هذا بالإضافة إلى عدد من الإجراءات التي تقوم بها غرفة جودة البيانات بالهيئة أثناء عملية جمع البيانات الميدانية:

غرفة جودة البيانات:

هي غرفة عمليات تعمل بشكل متزامن مع الأعمال الميدانية للمسوح، وهي مهيأة بكافة وسائل المتابعة الإلكترونية وشاشات المراقبة والتتبع، ويقوم فيها المراقبون وإخصائيو الجودة بمراجعة اتساق البيانات، واكتشاف حالات الخطأ والقيم المتطرفة أثناء عملية جمع البيانات في الميدان من خلال متابعة ما يتم تعبئته من قبل الباحث الميداني بشكل آني وفوري، وتهدف إلى التحقق من اتباع الباحثين للتعليمات الخاصة بالمسح، والتحقق من منطقية وصحة البيانات، والتأكد من تطبيق جدول الزيارات المقررة للمنشأة، وموثوقية ومنطقية البيانات ومراجعة بعض مؤشرات المسح المهمة للتأكد من دقة البيانات، وتقوم بعدة مهام أبرزها:

- مراجعة البيانات المُجمّعة وإرسال الملاحظات إلى فِرَق العمل الميدانية على مختلف مستوياتها عن طريق النظام الآلي المكتبي المرتبط بالأجهزة اللوحية التي يحملها الباحثون لتصلهم الملاحظات بشكل آلي سريع في مواقع عملهم.
 - الاتصال هاتفياً بالمنشأة وطرح بعض الأسئلة في الاستمارة عليهم للتحقق من سلامة استيفاء الباحث للبيانات، ومدى التزامه بالتعليمات عند الزيارة، والحصول على البيانات المفقودة التي لم يتم تلقيها بعد، وتقديم الشكر للمُدلي بالبيانات على تعاونهم.
 - الرد على الاستفسارات الميدانية سواء من الباحثين الميدانيين أو من المدلي بالبيانات.
- لتحقيق من صحة موقع استيفاء الاستمارة من خلال مطابقة إحداثياتها مع الإحداثيات المسجلة في ملف العينة.

المستفيدون من النشرة وأوجه الاستفادة:

تستفيد من نشرة مسح الابتكار المؤسسي كافة القطاعات المهمة بمتابعة التغيرات الاقتصادية التي تطرأ على الأنشطة الاقتصادية في المملكة العربية السعودية، ويعدُّ كلُّ من وزارة التجارة والاستثمار، ووزارة الاقتصاد والتخطيط، وهيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ومدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، والهيئة السعودية للملكية الفكرية أهم المستفيدين منها، إضافة إلى المنظمات الإقليمية والدولية، والباحثين الأكاديميين والمستثمرين، حيث تفيد نتائج مسح الابتكار المؤسسي في التعرف على التغيرات التي طرأت على الاقتصاد السعودي، ومعرفة معدلات النمو في الأنشطة الابتكارية، ويستفاد من بيانات مسح الابتكار المؤسسي في دعم صناع القرار، والمخططين لسوق العمل في المملكة العربية السعودية، بحيث تساعد مؤشرات المسح في معرفة حجم المشتغلين حسب المؤهل التعليمي، وقياس حجم الأنشطة المشاركة في عمليات الابتكار، واستخدام هذه البيانات لأغراض المقارنات المحلية والإقليمية والدولية، وإجراء الدراسات والتحليلات.

يمكن الاطلاع على تفاصيل منهجية مسح الابتكار المؤسسي من خلال الموقع الرسمي للهيئة على الإنترنت.

والله ولي التوفيق والسداد،،،



نتائج مسح الابتكار المؤسسي ٢٠١٨

Table 1

جدول ١

إجمالي عدد المشغلين في المنشآت المبتكرة حسب الشهادة العلمية والجنس والجنسية لعام ٢٠١٨

The Total number of employees in the innovative establishment by scientific certificate, sex, and nationality in the year of 2018

No	Scientific Certificate	الجملة Total			غير سعودي Non Saudi			سعودي Saudi			المؤهل التعليمي	م
		الجملة Total	إناث Female	ذكور Male	الجملة Total	إناث Female	ذكور Male	الجملة Total	إناث Female	ذكور Male		
1	Bachelor and Higher Diploma	314,145	96,293	217,852	179,612	15,489	164,123	134,533	80,804	53,729	البكالوريوس و الدبلوم العالي	1
2	Master's degree	16,026	3,796	12,230	10,731	2,120	8,611	5,295	1,676	3,619	الماجستير	2
3	PHD	5,232	865	4,367	4,108	633	3,475	1,124	232	892	الدكتوراه	3

Source: GASTAT

مصدر: الهيئة العامة للإحصاء

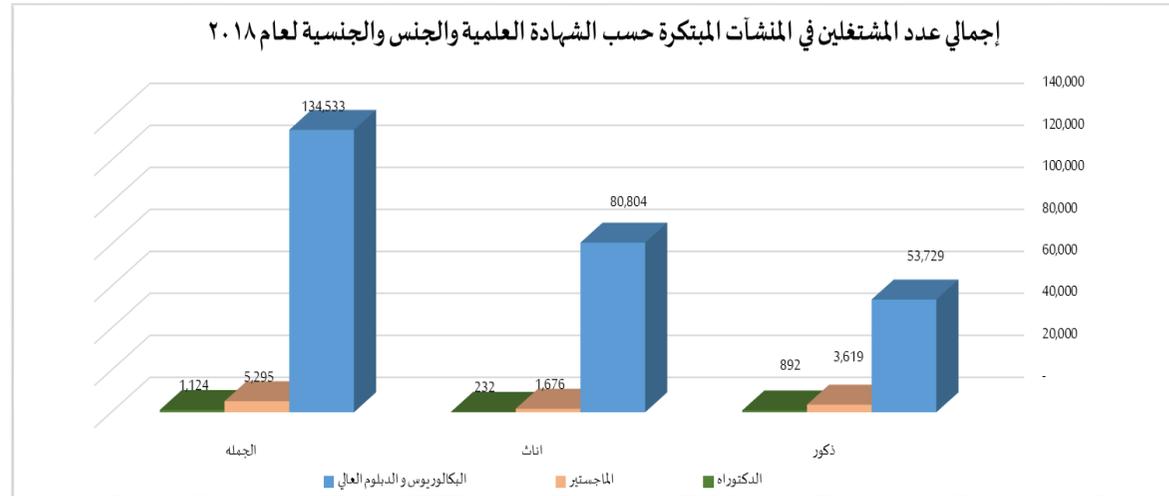


Table 2

الجدول ٢



اجمالي إيرادات المنشآت المبتكرة والانفاق على الابتكار لعام ٢٠١٨د

Total revenue of the innovative establishment and spending on innovation for 2018

(Values in millions SR)

(القيم بملايين الريالات)

No	Statement	القيمة	البيان	م
		The Value		
1	Total revenue	2,340,916	اجمالي الإيرادات	1
2	Spending on innovation	64,188	الانفاق على الابتكار	2
3	Spending on innovation as a percentage of revenue	2.74%	نسبة الانفاق على الابتكار من اجمالي الإيرادات	3

Source:GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء



جدول ٣

التوزيع النسبي لتأثير استراتيجيات الابتكار على المنشآت
The percentage distribution of the impact of innovation strategies on establishments

الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statistics

No	Strategies	2018				2017				2016				الاستراتيجيات	م
		الجملة	منخفض أو غير هام	متوسط	مرتفع	الجملة	منخفض أو غير هام	متوسط	مرتفع	الجملة	منخفض أو غير هام	متوسط	مرتفع		
		Total	Low or insignificant	median	High	Total	Low or insignificant	median	High	Total	Low or insignificant	median	High		
1	Focus on improving existing goods or services	100%	5%	25%	70%	100%	5.5%	27.2%	67.3%	100%	6%	28%	66%	التركيز على تحسين السلع أو الخدمات الحالية	1
2	Focus on introducing entirely new goods or services	100%	14%	37%	49%	100%	14.6%	37.5%	47.8%	100%	16%	37%	47%	التركيز على إدخال سلع أو خدمات جديدة كلياً	2
3	Focus on reaching new customer groups	100%	6%	26%	68%	100%	6.5%	26.3%	67.2%	100%	7%	26%	67%	التركيز على الوصول إلى مجموعات عملاء جديدة	3
4	Focus on meeting customers' demands	100%	4%	16%	80%	100%	4.3%	17.4%	78.3%	100%	4%	19%	77%	التركيز على تلبية طلبات العملاء	4
5	Focus on price reduction	100%	15%	44%	41%	100%	15.6%	45.6%	38.8%	100%	16%	45%	39%	التركيز على خفض الأسعار	5

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

التوزيع النسبي لتأثير استراتيجيات الابتكار على المنشآت

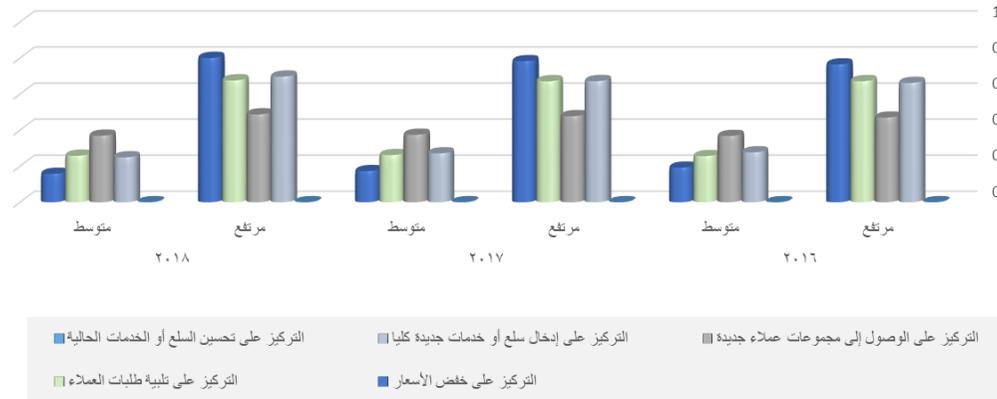


Table 4

التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة حسب حجم المنشأة لكل نوع من أنواع الابتكار
The percentage distribution of the innovative establishment by size of establishment for each type of innovation



No	Size of Establishments	2018					2017					2016					حجم المنشأة	م
		الجملة	الابتكار في التسويق	الابتكار في التنظيم	الابتكار في العمليات	الابتكار في المنتجات	الجملة	الابتكار في التسويق	الابتكار في التنظيم	الابتكار في العمليات	الابتكار في المنتجات	الجملة	الابتكار في التسويق	الابتكار في التنظيم	الابتكار في العمليات	الابتكار في المنتجات		
		Total	Marketing innovator	Organization innovator	Process innovator	Product innovator	Total	Marketing innovator	Organization innovator	Process innovator	Product innovator	Total	Marketing innovator	Organization innovator	Process innovator	Product innovator		
1	49-6	100%	23%	23%	25%	29%	100%	24.5%	21.4%	25.5%	28.6%	100%	25.5%	22.1%	25.1%	27.4%	49-6	1
2	249-50	100%	25%	23%	24%	28%	100%	25%	23%	24%	28%	100%	25%	23%	24%	28%	249-50	2
3	250+	100%	24.5%	22.4%	25.2%	28.0%	100%	23%	24%	26%	27%	100%	25%	25%	26%	24%	250+	3
4	All Establishments	100%	25%	23%	24%	28%	100%	25%	23%	25%	28%	100%	24.8%	23.0%	24.6%	27.5%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

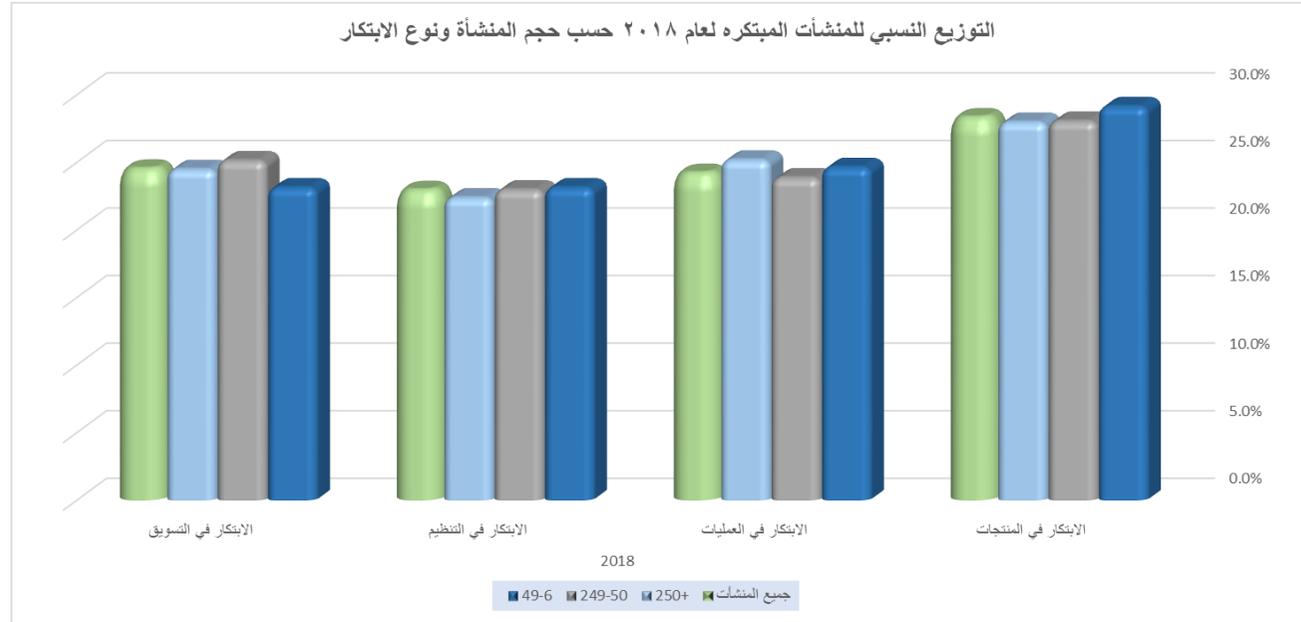


Table5

التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة لعام ٢٠١٨ حسب حجم المنشأة السوق الذي تباع فيه

الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statistics

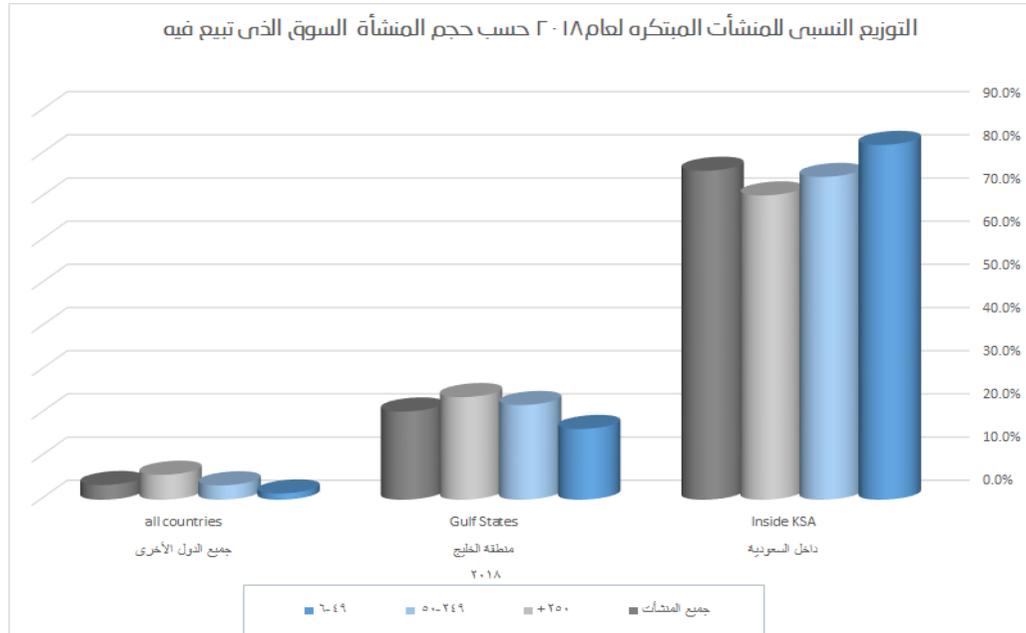
The percentage distribution of the innovative establishment by size of establishment and by the market in which they sell

No	Size of Establishments	2018				2017				2016				حجم المنشأة
		الجملة	جميع الدول الأخرى	منطقة الخليج	داخل السعودية	الجملة	جميع الدول الأخرى	منطقة الخليج	داخل السعودية	الجملة	جميع الدول الأخرى	منطقة الخليج	داخل السعودية	
		Total	all countries	Gulf States	Inside KSA	Total	all countries	Gulf States	Inside KSA	Total	all countries	Gulf States	Inside KSA	
1	49-6	100%	1.4%	16.4%	82.2%	100%	1%	19%	80%	100%	0.8%	16.5%	82.7%	49-6
2	249-50	100%	3%	22%	75%	100%	3%	25%	72%	100%	3%	23%	74%	249-50
3	250+	100%	6%	24%	70%	100%	5%	24%	71%	100%	4.6%	22.6%	72.8%	250+
4	All Establishments	100%	3.4%	20.4%	76.2%	100%	3%	24%	73%	100%	3%	21%	76%	جميع المنشآت

source:GASTAT

الهيئة العامة للإحصاء :

التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة لعام ٢٠١٨ حسب حجم المنشأة السوق الذي تباع فيه



Tab16

الجدول 6



نسبة المنشآت المبتكرة حسب حجم المنشأة و موقع المركز الرئيسي

The percentage of the innovative establishment by size of establishment and by the location of the head office

No	Size of Establishment	2018			2017			2016			حجم المنشأة	م
		الجملة	خارج السعودية	داخل السعودية	الجملة	خارج السعودية	داخل السعودية	الجملة	خارج السعودية	داخل السعودية		
		Total	Outside KSA	Inside KSA	Total	Outside KSA	Inside KSA	Total	Outside KSA	Inside KSA		
1	49-6	100%	1.1%	98.9%	100%	0.0%	100%	100%	0.0%	100%	49-6	1
2	249-50	100%	3.9%	96.1%	100%	4.1%	95.9%	100%	4.5%	95.5%	249-50	2
3	250+	100%	7.0%	93.0%	100%	6.6%	93.4%	100%	6.0%	94.0%	250+	3
4	All Establishments	100%	6.6%	93.4%	100%	6.4%	93.6%	100%	6.1%	93.9%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

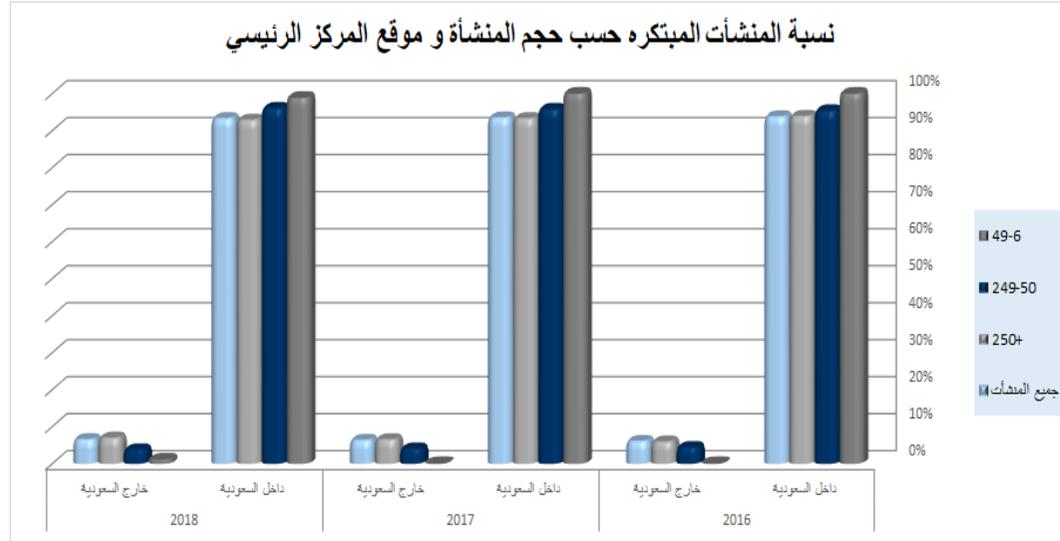


Table7

التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في المنتجات حسب حجم المنشأة و نوع ابتكار المنتجات

entage distribution of the innovative establishment In products by size of establishment and by type of product inr



No	Size of Establishments	2018			2017			2016			حجم المنشأة	م
		الجملة	قدمت المنشآت ابتكار الخدمات**	قدمت المنشآت ابتكار السلع*	الجملة	قدمت المنشآت ابتكار الخدمات**	قدمت المنشآت ابتكار السلع*	الجملة	قدمت المنشآت ابتكار الخدمات**	قدمت المنشآت ابتكار السلع*		
		Total	Establishments provided services innovation	Establishments made goods innovation	Total	Establishments provided services innovation	Establishments made goods innovation	Total	Establishments provided services innovation	Establishments made goods innovation		
1	49-6	100%	60%	40%	100%	59%	42%	100%	60%	40%	49-6	1
2	249-50	100%	56%	44%	100%	57%	43%	100%	56%	44%	249-50	2
3	250+	100%	57%	43%	100%	52%	48%	100%	53%	47%	250+	3
4	All Establishments	100%	57%	43%	100%	56%	44%	100%	57%	43%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء:
*سلع جديدة أو محسنة بشكل كبير لا يشمل إعادة البيع للسلع المشتراة من خلال وسيط
**خدمات جديدة أو محسنة بشكل كبير

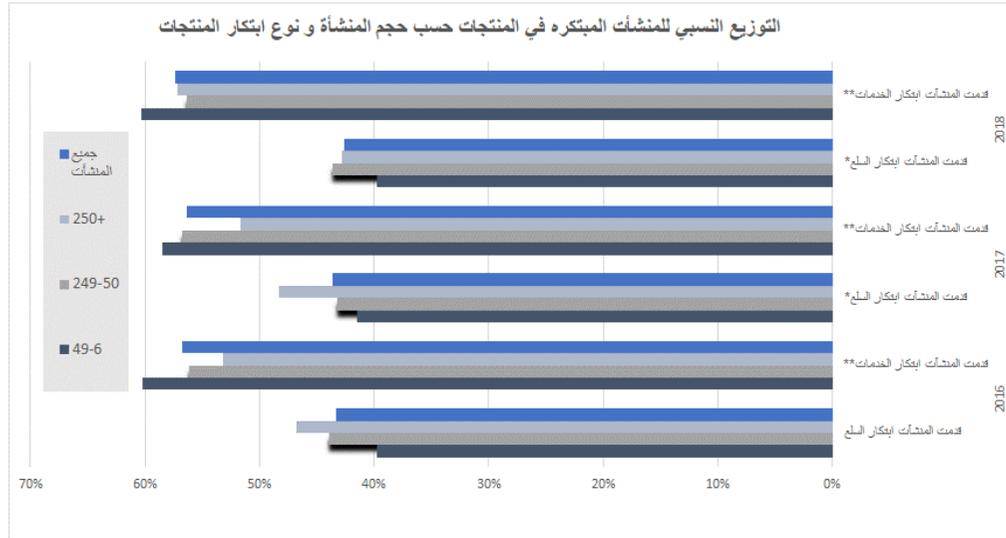


Table 8

دول ٨

الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statisticsالتوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في المنتجات حسب موقع و نوع الابتكار
The percentage distribution of the innovative establishment in products by place and by type of innovation

No	Statement	2018		2017		2016		البيان	م
		خدمات مبتكرة	سلع مبتكرة	خدمات مبتكرة	سلع مبتكرة	خدمات مبتكرة	سلع مبتكرة		
		Innovative services	Innovative goods	Innovative services	Innovative goods	Innovative services	Innovative goods		
1	Innovation Inside the establishment only	38%	40.5%	38%	39%	36.5%	42%	الابتكار داخل المنشأة فقط	1
2	Innovation in cooperation with other establishments or organizations	26%	21.9%	24%	24%	25.8%	23%	الابتكار بالتعاون مع منشآت او منظمات أخرى	2
3	Innovation through other establishments or organizations	18%	17.6%	19%	17%	19.1%	17%	الابتكار من خلال منشآت او منظمات أخرى	3
4	Innovation has been on goods or services developed from other establishments	18%	20.1%	19%	20%	18.6%	18%	الابتكار تم على سلع او خدمات مطورة من منشآت أخرى	4
5	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	الجملة	5

Source: GASTAT

مصدر: الهيئة العامة للإحصاء

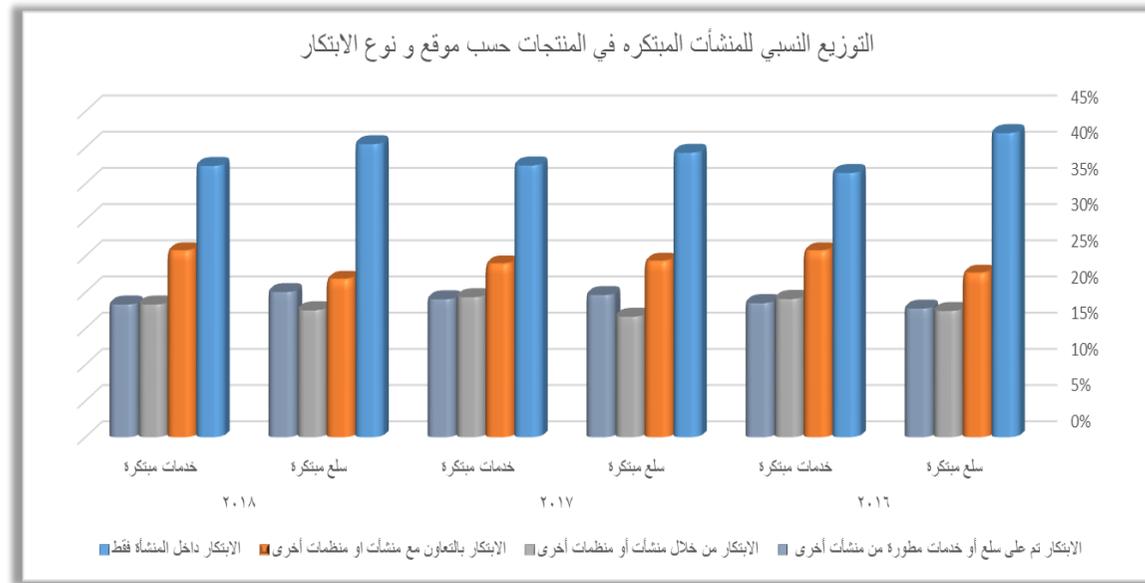


Table9

نسبة المنشآت المبتكرة في المنتجات بحسب موقع التسويق
The percentage of the innovative establishment in products by marketing location



No	Statement	2018	2017	2016	البيان	م
1	New innovative products in the establishment's market	21%	22%	24%	المنتجات المبتكرة جديدة في السوق الخاص بالمنشأة*	1
2	New innovative products only for the establishment	24%	26%	29%	**المنتجات المبتكرة جديدة فقط للمنشأة	2

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

* قدمت المنشأة منتجاً جديداً ومحسناً بشكل كبير في السوق قبل المنافسين (ربما يكون متاحاً بالفعل في الأسواق الأخرى).
** قدمت المنشأة منتجاً جديداً أو محسناً بشكل كبير متاحاً عند المنافسين في السوق.

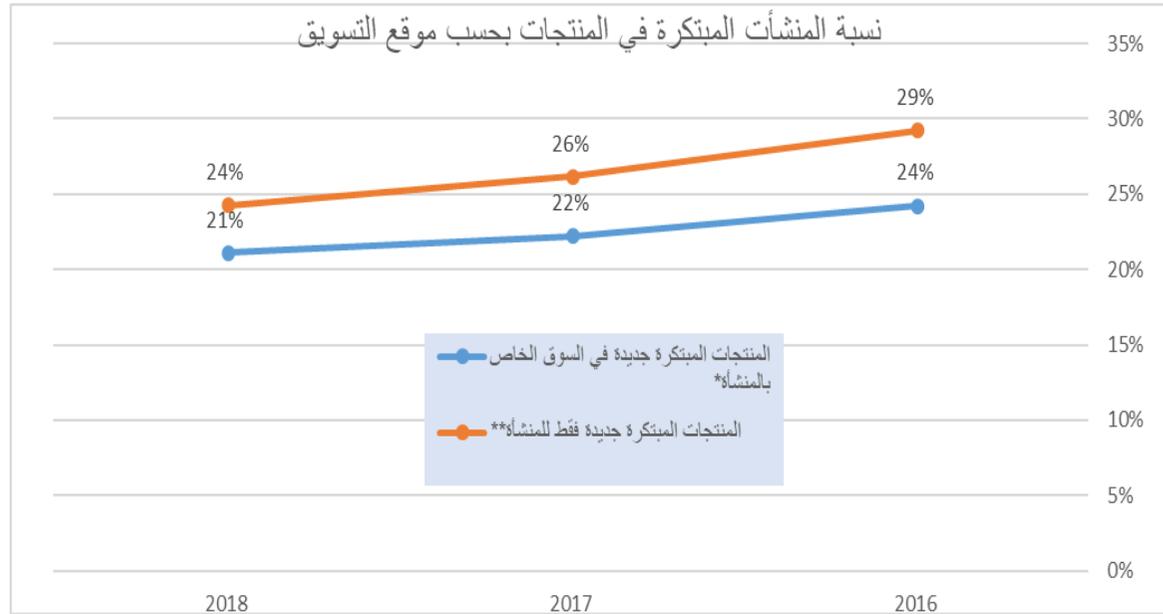


Table10

جدول ١٠

الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statistics

مبيعات المنتجات المبتكرة حسب حجم المنشأة ونوع المنتج ٢٠١٨

Sales of innovative products by size of the establishment and type of product 2018

(Values in millions SR)

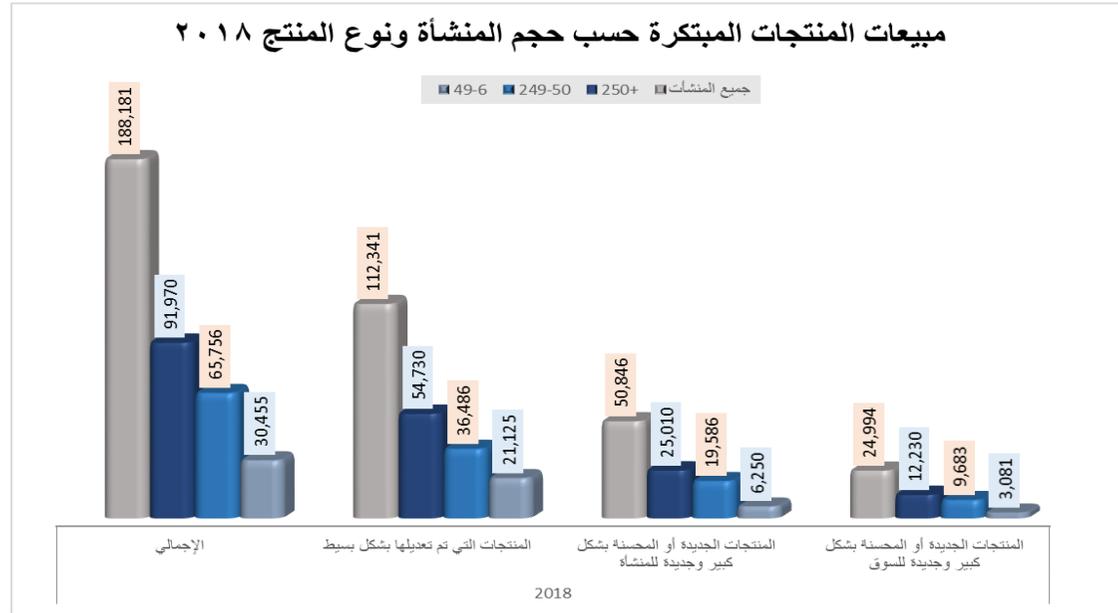
(القيم بملايين الريالات)

No	Size of Establishments	2018				حجم المنشأة	م
		الإجمالي	المنتجات التي تم تعديلها بشكل بسيط	المنتجات الجديدة أو المحسنة بشكل كبير وجديدة للمنشأة	المنتجات الجديدة أو المحسنة بشكل كبير وجديدة للسوق		
		The Total	Products that have been modified slightly	New or heavily improved and new products for establishment	New or heavily improved and new products for the market		
1	49-6	30,455	21,125	6,250	3,081	49-6	1
2	249-50	65,756	36,486	19,586	9,683	249-50	2
3	250+	91,970	54,730	25,010	12,230	250+	3
4	All Establishments	188,181	112,341	50,846	24,994	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء





التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في العمليات حسب الحجم و نوع الابتكار
The percentage distribution of the innovative establishments In operations by size of establishment and by type of innovation



No	Size of Establishment	2018				2017				2016				حجم المنشأة	م
		الجملة	أنشطة دعم مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للعمليات، مثل أنظمة الصيانة أو عمليات الشراء أو المحاسبة	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير في الخدمات اللوجستية أو التسليم	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للتصنيع وإنتاج السلع أو الخدمات	الجملة	أنشطة دعم مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للعمليات، مثل أنظمة الصيانة أو عمليات الشراء أو المحاسبة	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير في الخدمات اللوجستية أو التسليم	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للتصنيع وإنتاج السلع أو الخدمات	الجملة	أنشطة دعم مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للعمليات، مثل أنظمة الصيانة أو عمليات الشراء أو المحاسبة	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير في الخدمات اللوجستية أو التسليم	طرق مبتكرة جديدة أو محسنة بشكل كبير للتصنيع وإنتاج السلع أو الخدمات		
		Total	Created new or significantly improved support activities for operations, such as maintenance systems, procurement, or accounting	New or significantly improved ways of logistics or delivery have been devised	New or significantly improved methods of manufacturing and production of goods or services have been devised	Total	Created new or significantly improved support activities for operations, such as maintenance systems, procurement, or accounting	New or significantly improved ways of logistics or delivery have been devised	New or significantly improved methods of manufacturing and production of goods or services have been devised	Total	Created new or significantly improved support activities for operations, such as maintenance systems, procurement, or accounting	New or significantly improved ways of logistics or delivery have been devised	New or significantly improved methods of manufacturing and production of goods or services have been devised		
1	49-6	100%	32%	32%	36%	100%	34%	31%	36%	100%	36%	31%	33%	49-6	1
2	249-50	100%	34%	34%	32%	100%	35%	33%	32%	100%	33%	35%	32%	249-50	2
3	250+	100%	35%	34%	31%	100%	31%	36%	33%	100%	35%	38%	27%	250+	3
4	All Establishments	100%	34%	34%	33%	100%	34%	33%	33%	100%	34%	34%	32%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

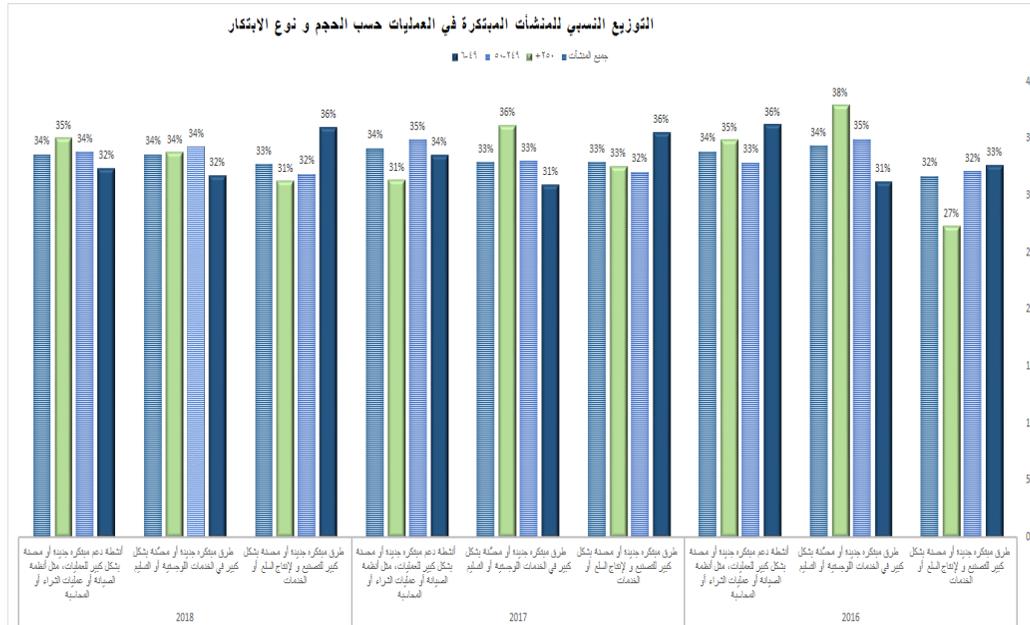


Table12

التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في العمليات حسب موقع الابتكار
The percentage distribution of the innovative establishments In operations by place of innovation

No	Statement	2018	2017	2016	البيان	م
1	Innovation Inside the establishments only	33%	32.6%	35%	الابتكار داخل المنشأة فقط	1
2	Innovation in cooperation with other establishments or organizations	25%	25.7%	24%	الابتكار بالتعاون مع منشآت او منظمات أخرى	2
3	Innovation through other establishments or organizations	20%	20.1%	21%	الابتكار من خلال منشآت أو منظمات أخرى	3
4	Innovation has been on operations developed from other establishments	22%	21.7%	20%	الابتكار تم على عمليات مطورة من منشآت أخرى	4
5	Total	100%	100%	100%	الجملة	5

Source:GASTAT

لمصدر: الهيئة العامة للإحصاء

Table13

جدول ١٣



التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في التنظيم حسب حجم المنشأة و نوع الابتكار في التنظيم

The percentage distribution of the innovative establishments In organization by size of establishment and by type of organization innovation

No	Size of Establishment	2018				2017				2016				حجم المنشأة	م
		الجملة	طرق او ادوات جديدة لتنظيم العلاقات الخارجية مع المنشآت الأخرى أو المنظمات الحكومية***	طرق او ادوات جديدة لتنظيم مسؤوليات العمل واتخاذ القرار**	تطبيق ممارسات الاعمال الجديدة لتنظيم الإجراءات*	الجملة	طرق او ادوات جديدة لتنظيم العلاقات الخارجية مع المنشآت الأخرى أو المنظمات الحكومية***	طرق او ادوات جديدة لتنظيم مسؤوليات العمل واتخاذ القرار**	تطبيق ممارسات الاعمال الجديدة لتنظيم الإجراءات*	الجملة	طرق او ادوات جديدة لتنظيم العلاقات الخارجية مع المنشآت الأخرى أو المنظمات الحكومية***	طرق او ادوات جديدة لتنظيم مسؤوليات العمل واتخاذ القرار**	تطبيق ممارسات الاعمال الجديدة لتنظيم الإجراءات*		
		Total	New ways or tools to organize external relations with other establishments or government organizations	New methods or tools for organizing work responsibilities and decision making	Apply new business practices to organize procedures	Total	New ways or tools to organize external relations with other establishments or government organizations	New methods or tools for organizing work responsibilities and decision making	Apply new business practices to organize procedures	Total	New ways or tools to organize external relations with other establishments or government organizations	New methods or tools for organizing work responsibilities and decision making	Apply new business practices to organize procedures		
1	49-6	100%	32%	35%	33%	100%	36%	34%	30%	100%	36%	35%	29%	49-6	1
2	249-50	100%	30%	37%	33%	100%	31%	35%	34%	100%	31%	35%	34%	249-50	2
3	250+	100%	32%	38%	30%	100%	34%	37%	29%	100%	34%	44%	23%	250+	3
4	All Establishment	100%	31%	36%	33%	100%	32%	35%	32%	100%	32%	36%	32%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

* مثل الاستخدام الأول لإدارة سلسلة التوريد وإعادة هيكلة الأعمال وإدارة المعرفة وإدارة الجودة وغيرها
 ** الاستخدام الأول لنظام جديد حول مسؤوليات الموظفين والعمل الجماعي واللامركزية والتكامل أو عدم تكامل الإدارات وأنظمة التعليم/التدريب وغيرها
 *** مثل الاستخدام الأول للتحالفات أو الشراكات أو التعاقد أو التعاقد أو غيرها من الطرق

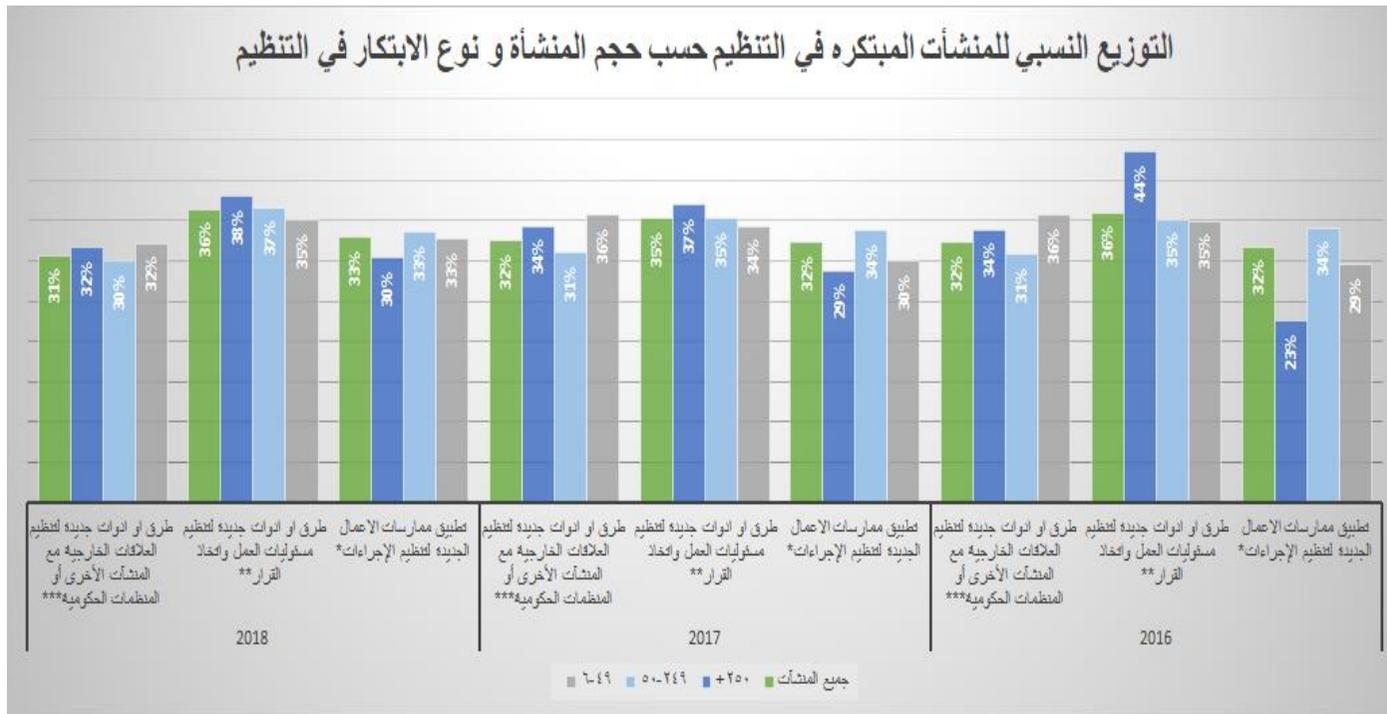


Table 14



التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في التسويق حسب حجم المنشأة و نوع الابتكار في التسويق
The percentage distribution of the innovative establishments In marketing by size of establishment and by type of marketing innovation

No	Size of Establishment	2018					2017					2016					حجم المنشأة	م
		الجملة	طرق جديدة لتسعير السلع او الخدمات****	طرق جديدة لقنوات تسويق او طرق مبيعات المنتج***	وسائط جديدة او تقنيات جديدة لترويج المنتج**	تغيرات بارزة في التصميم الجمالي أو التغليف الخاص بالمنتج*	الجملة	طرق جديدة لتسعير السلع او الخدمات****	طرق جديدة لقنوات تسويق او طرق مبيعات المنتج***	وسائط جديدة او تقنيات جديدة لترويج المنتج**	تغيرات بارزة في التصميم الجمالي أو التغليف الخاص بالمنتج*	الجملة	طرق جديدة لتسعير السلع او الخدمات****	طرق جديدة لقنوات تسويق او طرق مبيعات المنتج***	وسائط جديدة او تقنيات جديدة لترويج المنتج**	تغيرات بارزة في التصميم الجمالي أو التغليف الخاص بالمنتج*		
		Total	New ways of pricing goods or services	New ways of marketing channels or product sales methods	New media or new techniques for product promotion	Significant changes in the aesthetic design or packaging of the product	Total	New ways of pricing goods or services	New ways of marketing channels or product sales methods	New media or new techniques for product promotion	Significant changes in the aesthetic design or packaging of the product	Total	New ways of pricing goods or services	New ways of marketing channels or product sales methods	New media or new techniques for product promotion	Significant changes in the aesthetic design or packaging of the product		
1	49-6	100%	26%	24%	25%	25%	100%	26%	25%	25%	24%	100%	28%	25%	25%	22%	49-6	1
2	249-50	100%	24%	25%	26%	25%	100%	24%	24%	26%	25%	100%	24.9%	24.5%	26.2%	24.5%	249-50	2
3	250+	100%	27%	21%	28%	24%	100%	31%	20%	29%	20%	100%	26.8%	23.9%	29.6%	19.7%	250+	3
4	All Establishments	100%	25%	24%	26%	25%	100%	25%	24%	26%	25%	100%	26%	24%	26%	24%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

* يستثنى من ذلك التغيرات التي غيرت في الخصائص الوظيفية للمنتج أو خصائص المستخدم - فهذه تعتبر المنتجات المبتكرة.
** مثل الاستخدام لأول مرة لوسائط إعلان جديدة أو استخدام صورة لعلامة تجارية جديدة ، وتقديم بطاقات الولاء ، وغيرها.
*** أي استخدام ترخيص الامتياز أو التوزيع للمرة الأولى ، البيع المباشر ، البيع بالتجزئة الحصري ، المفاهيم الجديدة لعرض المنتجات ، مبيعات الإنترنت ، إلخ.
**** مثل الاستخدام لأول مرة لطريقة الأسعار المتغيرة واستخدام أنظمة الخصم ، وغيرها.



التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة في التسويق حسب حجم المنشأة و نوع الابتكار في التسويق

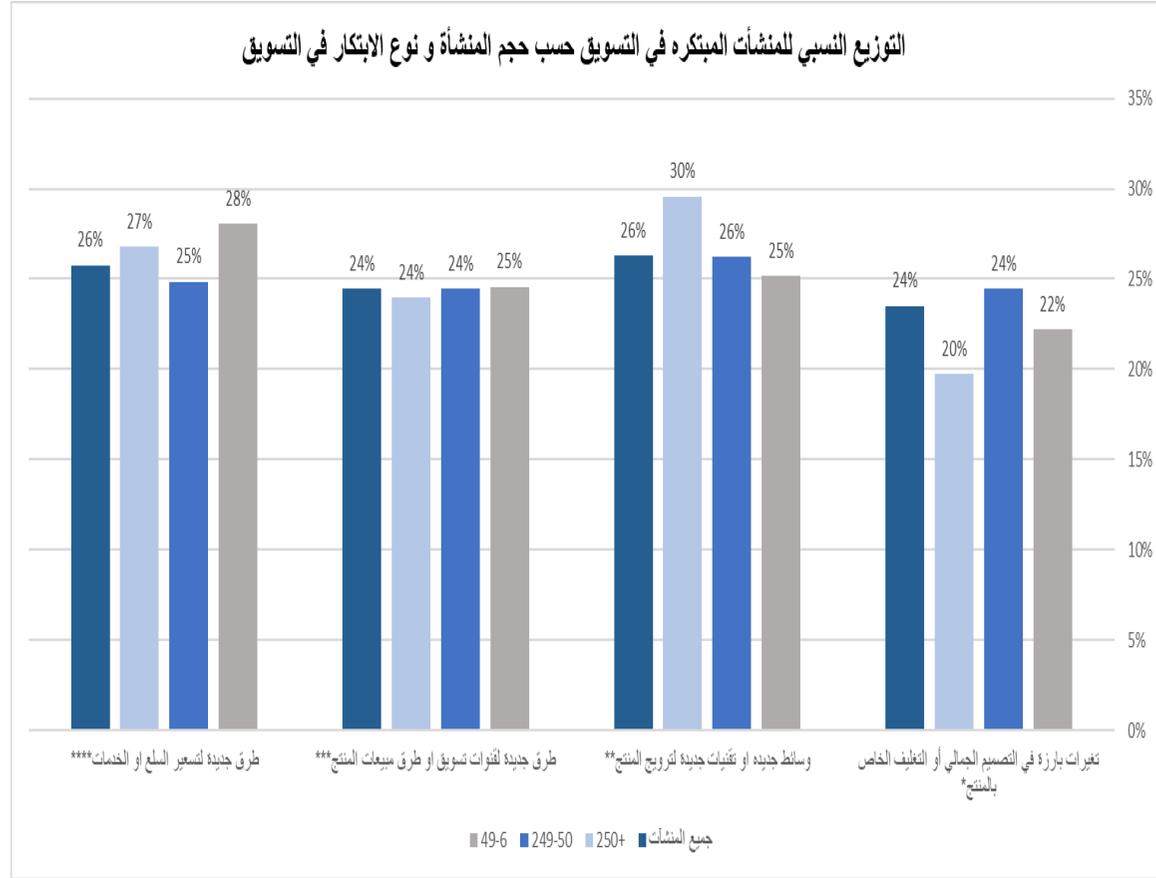


Table15

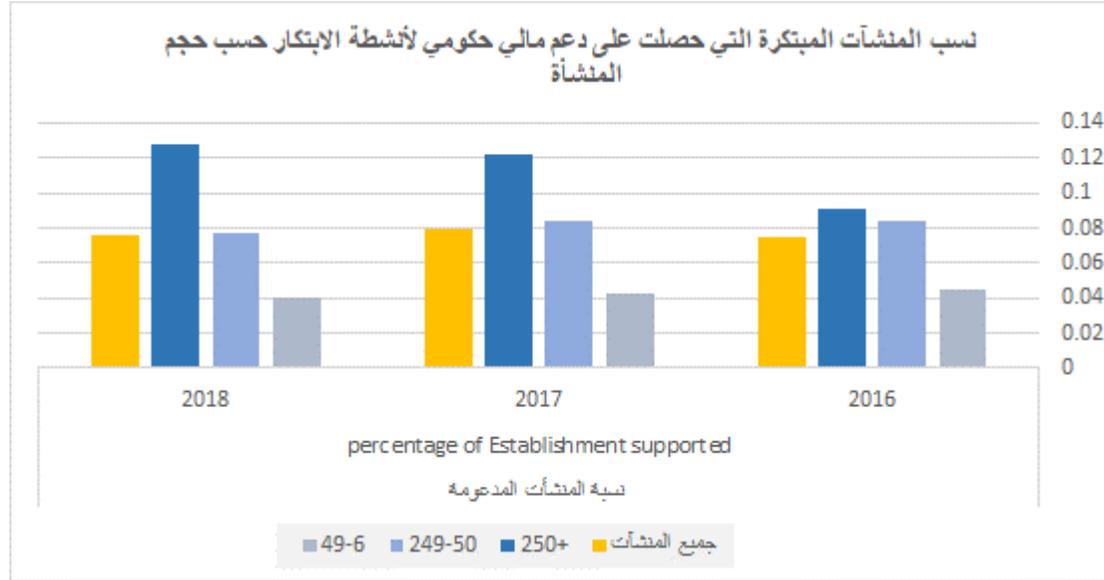


نسب المنشآت المبتكرة التي حصلت على دعم مالي حكومي لأنشطة الابتكار حسب حجم المنشأة
The percentage of the innovative establishments that have received government financial support for innovation activities by size of establishment

No	Size of Establishment	نسبة المنشآت المدعومة			حجم المنشأة	م
		percentage of Establishment supported				
		2018	2017	2016		
1	49-6	4.02%	4.29%	4.50%	49-6	1
2	249-50	7.66%	8.37%	8.44%	249-50	2
3	250+	12.77%	12.22%	9.09%	250+	3
4	All Establishments	7.62%	7.97%	7.47%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء



التوزيع النسبي للمنشآت المتعاونة في الابتكارات حسب نوع و موقع الشريك في التعاون لعام ٢٠١٨

The percentage distribution of establishments cooperating in innovations by type and location of partner in cooperation



م	نوع الشريك في التعاون	السعودية	دول الخليج	جميع الدول غير الخليجية	الجملة	No	Type of partner in cooperation
1	شركة أخرى ضمن مجموعة الشركات التابعة لها المنشأة	72%	6%	22%	100%	1	Other enterprises within your enterprise group
2	موردي المعدات أو المواد أو المكونات أو البرامج	69%	10%	21%	100%	2	Suppliers of equipment, materials, ingredient or programs
3	الاستشاريين أو المختبرات التجارية ومعاهد البحوث الخاصة	66%	4%	30%	100%	3	Consultants or commercial labs incl. private research institutes
4	عملاء من القطاع الخاص	70%	5%	25%	100%	4	Clients from the private sector
5	المنافسين أو المنشآت الأخرى في القطاع الخاص بالمنشأة	69%	12%	19%	100%	5	Competitors or other establishments in the establishment's private sector
6	مؤسسات حكومية* أو المؤسسات البحثية العامة والجامعات أو غيرها من مؤسسات التعليم العالي	71%	5%	24%	100%	6	Government or public research institutes, universities or any higher education institutes

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

* يشمل القطاع العام والمنظمات المملوكة للحكومة مثل الإدارات والوكالات المحلية والإقليمية والوطنية والمدارس والمستشفيات ومقدمي الخدمات الحكومية مثل الأمن والنقل والإسكان والطاقة وما إلى ذلك.



التوزيع النسبي للمنشآت المتعاونة في الابتكارات حسب نوع و موقع الشريك في التعاون لعام ٢٠١٨

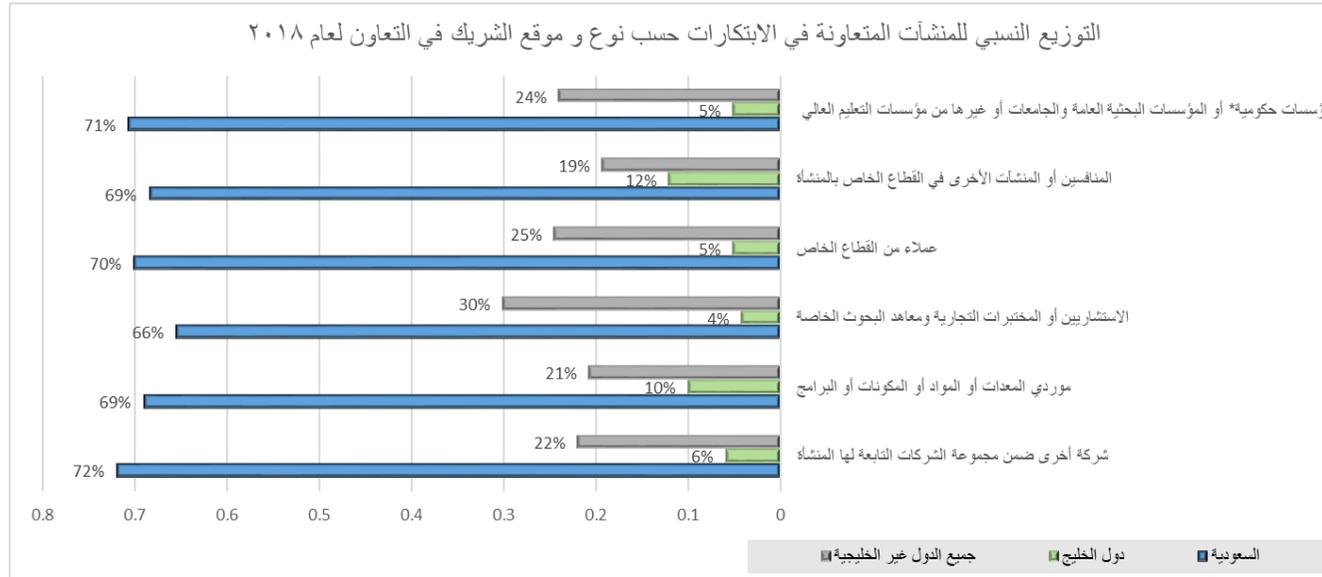


Table 17

جدول ١٧

التوزيع النسبي للأنظمة التي ساهمت في دعم الابتكار للمنشآت
The percentage distribution of systems that have contributed to the innovation of establishments



No	Systems	2018				2017				2016				الأنظمة	م
		الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت	الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت	الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت		
		Total	Do not know	Did not Help	Helped	Total	Do not know	Did not Help	Helped	Total	Do not know	Did not Help	Helped		
1	Competition Policy	100%	32%	21%	47%	100%	33%	22%	45%	100%	34%	23%	43%	سياسة المنافسة	1
2	Intellectual Property Rights System	100%	47%	23%	30%	100%	47%	24%	29%	100%	48%	23%	29%	نظام حقوق الملكية الفكرية	2
3	Government support	100%	43%	27%	31%	100%	43%	27%	30%	100%	44%	27%	29%	الدعم الحكومي	3

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

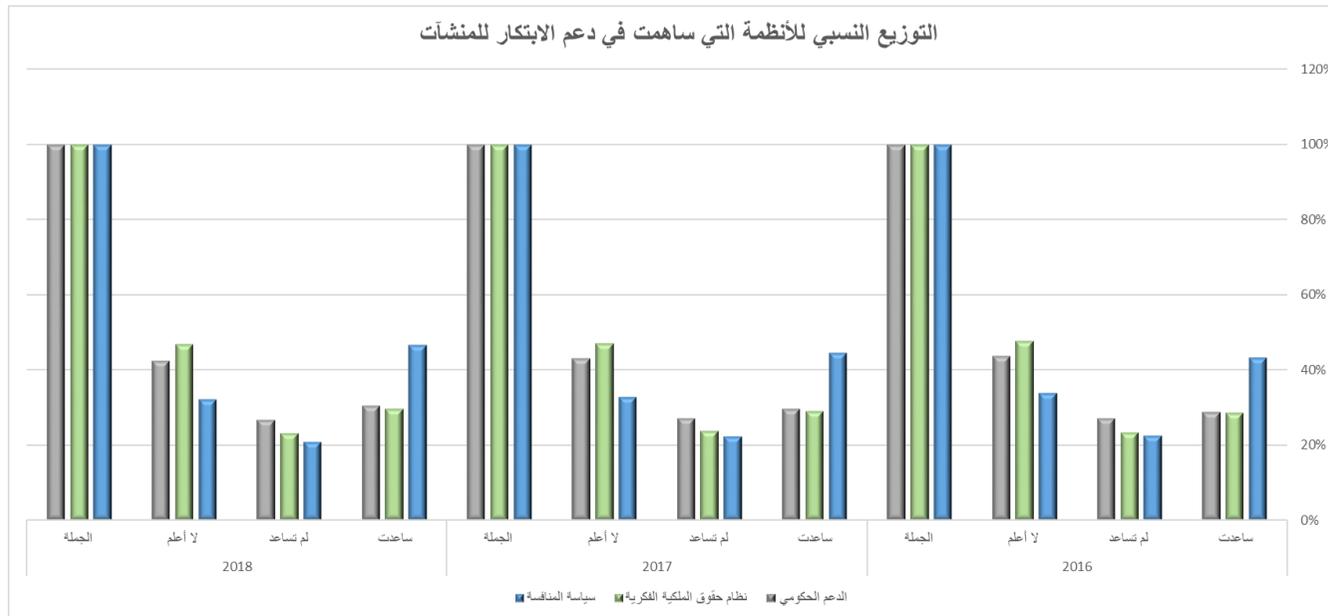


Table 18

جدول 18

الهيئة العامة للإحصاء
General Authority for Statisticsالتوزيع النسبي للعوامل التي ساعدت المنشآت على الابتكار أو قرار الابتكار
The percentage distribution of the factors that helped establishments to innovate or Innovation decision

No	Factors	2018				2017				2016				العوامل	م
		الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت	الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت	الجملة	لا أعلم	لم تساعد	ساعدت		
		Total	Do not know	Did not Help	Helped	Total	Do not know	Did not Help	Helped	Total	Do not know	Did not Help	Helped		
1	Financing and costs related to innovation	100%	44.8%	26.6%	28.6%	100%	45%	27%	28%	100%	46%	27%	27%	التمويل والتكاليف المتعلقة بالابتكار*	1
2	Knowledge factors	100%	42%	22%	36%	100%	43%	22%	35%	100%	43.5%	22.3%	34.2%	عوامل المعرفة**	2
3	Market factors	100%	39%	27%	35%	100%	39%	27%	34%	100%	40%	27%	33%	عوامل السوق***	3

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

*التمويل غير كافي أو تكلفة الابتكار عالية جداً سواء داخل المنشأة أو المجموعة أو من مصادر خارج المنشأة مثل المنح الحكومية أو الإعلانات.
**يشمل توافر الموظفين المؤهلين أو مصادر الخبرة؛ معلومات عن الأسواق؛ صعوبة في العثور على شركاء التعاون من أجل الابتكار.
***مثل هيمنة الشركات القائمة على السوق؛ مستويات المنافسة.

التوزيع النسبي للعوامل التي ساعدت المنشآت على الابتكار أو قرار الابتكار

عوامل السوق*** عوامل المعرفة** التمويل والتكاليف المتعلقة بالابتكار*

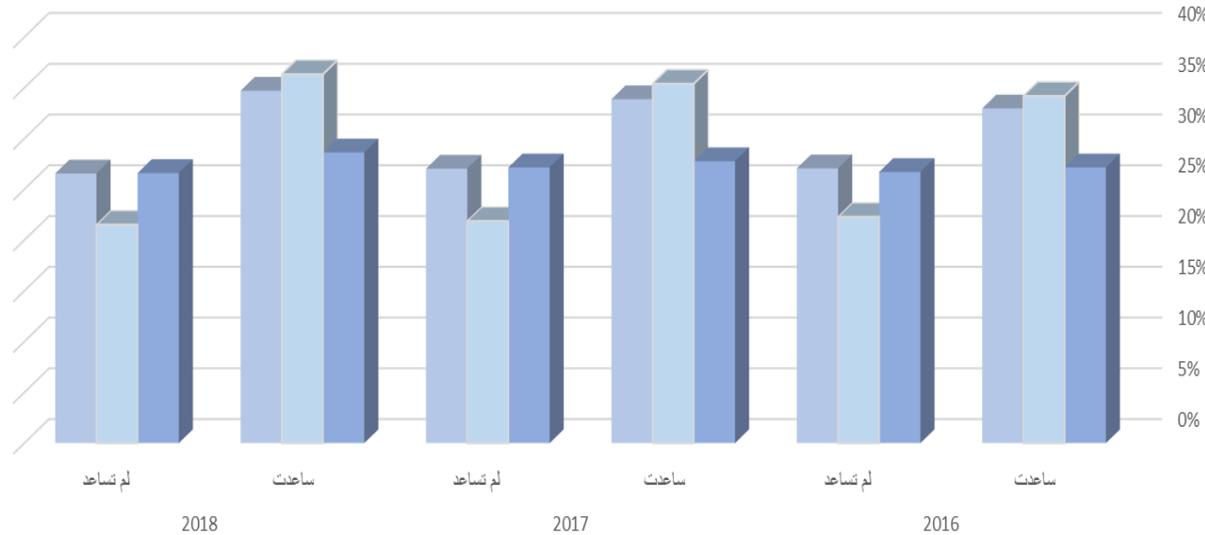


Table 19

جول ١٩



التوزيع النسبي للمنشآت المبتكرة حسب حجم المنشأة و نوع الاجراء الخاص بحقوق الملكية الفكرية

The percentage distribution of the innovative establishments by size of establishment and type of procedure on intellectual property rights

No	Size of Establishment	2018			2017			2016			حجم المنشأة	م
		تسجيل علامة تجارية	تسجيل حق براءة اختراع تصميم صناعي	التقدم بطلب للحصول على براءة اختراع	تسجيل علامة تجارية	تسجيل حق براءة اختراع تصميم صناعي	التقدم بطلب للحصول على براءة اختراع	تسجيل علامة تجارية	تسجيل حق براءة اختراع تصميم صناعي	التقدم بطلب للحصول على براءة اختراع		
		Trademark registration	Registering a patent for an industrial design	Applying for a patent	Trademark registration	Registering a patent for an industrial design	Applying for a patent	Trademark registration	Registering a patent for an industrial design	Applying for a patent		
1	49-6	1.2%	0.4%	0.4%	0.7%	0.2%	0.3%	0.8%	0.3%	0.4%	49-6	1
2	249-50	1.7%	0.7%	0.8%	1.5%	0.7%	0.7%	1.7%	0.6%	0.8%	249-50	2
3	250+	2.5%	1.3%	1.5%	2.4%	1.1%	1.5%	2.3%	1.1%	1.3%	250+	3
4	All Establishments	1.7%	0.7%	0.8%	1.5%	0.6%	0.7%	1.6%	0.6%	0.8%	جميع المنشآت	4

Source: GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء



Table20

جدول ٢٠



حجم الانفاق على الابتكار حسب حجم المنشأة ونوع الانفاق

The volume of expenditure on innovation by the size of the establishment and the type of expenditure

(Values in millions SR)

(القيم بملايين الريالات)

No	Size of Establishment	2018					حجم المنشأة	م
		الإجمالي	النفقات الأخرى	الانفاق على التدريب للأنشطة المبتكرة والتكاليف الأخرى المرتبطة بالابتكار	الانفاق على اكتساب المعرفة الموجودة من منشآت أو منظمات أخرى	الانفاق على اقتناء الآلات والمعدات والبرمجيات والمباني		
		Total	Other expenses	Spending on training for innovative activities and other costs associated with innovation	Spending on acquiring existing know ledge from other establishments or organizations	Spending on acquiring machinery, equipment, softw are and buildings		
1	49-6	9,471	123	874	436	8,038	49-6	1
2	249-50	22,804	297	1,982	804	19,721	249-50	2
3	250+	31,913	420	3,386	1,243	26,864	250+	3
4	Total	64,188	839	6,242	2,484	54,623	الإجمالي	4

Source:GASTAT

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء

