



مشروع بحث

تسويق التمور بالمملكة العربية السعودية

الغرفة التجارية الصناعية بالقصيم
4 جمادى الآخرة ١٤٣٣هـ / ٢٥ أبريل ٢٠١٢





الفريق البحثي



د. أحمد بن محمد العبد القادر

مدينه الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية

أ. د. سفر بن حسين القحطاني

جامعه الملك سعود

أ. د. صبحي بن محمد إسماعيل

جامعة الملك سعود



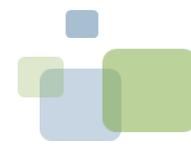


الفريق البحثي



أ/ يوسف العمري
جامعة الملك سعود

أ/ عماد الجهني
مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية





فكرة المشروع

■ التمرور من المحاصيل الاقتصادية الهامة في المملكة.

— المكانة الخاصة في البنيان الاقتصادي على مستوى الإنتاج والاستهلاك

— ١٩٨٠ - ٢٠١٠ .

— ٣٠٠٪ في الإنتاج

— ٢٥٠٪ في المساحة .



فكرة المشروع

■ المملكة في مقدمة الدول المنتجة للتمور في العالم
:(FAO)

— عام ٢٠١٠

— الأولى من حيث المساحة (١٧٢) ألف هكتار.

— الثانية من حيث الإنتاج (١.٠٧) مليون طن.

— متوسط إنتاجية ٦.٢ طن / هكتار.





فكرة المشروع

■ تسويق التمور في المملكة العربية السعودية يواجه مشاكل وعراقيل كثيرة.

– انعكست سلبا على تجارة التمور في الأسواق المحلية

– القدرة التنافسية للتمور السعودية في الأسواق العالمية.

– حجم الصادرات تمثل (5%) من إنتاج الوطنى.

فكرة المشروع

نتائج الدراسات العلمية المتخصصة :

— وجود مشاكل هيكلية تشمل نقص أو عدم توفر المعلومات التسويقية، انخفاض الطلب، زيادة المعروض، عدم كفاية مصانع تعبئة وتجهيز التمور، غياب أو محدودية مواصفات ومعايير جودة للتمور.

— وجود مشاكل فنية تشمل ضعف أو نقص المعلومات عن الخدمات التسويقية (النقل، التخزين، الفرز والتدريج، والتعبئة)، بطء الإجراءات المتعلقة بالتصدير وتعدد جهاتها.

فكرة المشروع

■ يهدف إلى رفع الكفاءة التسويقية لأسواق التمور في المناطق الرئيسية للتمور من خلال « الخدمات التسويقية ».

■ نطاق العمل :

- التجار (الجملة ، التجزئة).
- الأسواق الرئيسية للتمور.
- الأصناف التجارية للتمور.
- كفاءة الخدمات التسويقية (النقل ، التخزين ، التدرج ،

(المراقبة)



منهجية العمل



- إعداد استبيان.
- زيارات ميدانية لأسواق التمور.
- مقابلات مع المسؤولين، التجار، المهتمين.
- تحليل النتائج باستخدام مغلف البيانات.



استبانة المشروع

- تتكون الاستبانة من (٩) عناصر رئيسية

١. معلومات عامه:

• **التاجر** من حيث قيامه بأنشطة تجارية أخرى خلاف نشاط تسويق التمور، نسبة النشاط التسويقي للتمور الى الأنشطة التجارية الأخرى، مدة خبرة في تجارة التمور، هل هذا النشاط متوارث، الأهمية النسبية لتجارة التمور في الدخل السنوي للأسرة.

• **النشاط التسويقي** من حيث عدد أفرع المراكز التسويقية بخلاف المركز الرئيس وتوزيعها بالمناطق، عدد العمال الإداريين والفنيين وتكاليفهم السنوية.

استبانة المشروع

● **الخدمات التسويقية** من حيث مجموع مساحات منطقة الفرز والتدريج والتعبئة، كميته ما يتم إعداده لدى الغير من التمور، مساحات المخازن العادية والمبردة، والطاقة التخزينية المخصصة للتمور، كميته ما يتم تخزينه لدى الغير (مبرد/عادي)، عدد سيارات النقل للتمور.

● **رأس المال المستثمر** شاملاً الأراضي والمباني والمخازن والسيارات والشاحنات والآليات.



ثالثا: التكاليف التسويقية للتمور

■ متوسط التكاليف التسويقية السنوية الإجمالية

■ متوسط تكاليف الخدمات التسويقية ونسبتها إلى الإجمالي.

النسبة تكلفة الخدمة إلى الإجمالي (%)	متوسط التكلفة (ريال/الكمية)	البند
		النقل (نقل وتداول من مكان لآخر)
		التخزين
		مبرد
		التعبئة والفرز والتدريج
		عمولة
		شراء
		الخدمات المساعدة (تمويل ومعلومات وتأمين ودعاية وإعلان)
		أنشطة أخرى (تحدد)
		الإجمالي



سادسا: مستوى الرضا عن تكاليف الخدمات التسويقية



عالي	فوق المتوسط	متوسط	مرضي إلى حد ما	غير مرضي	الخدمة التسويقية
					النقل (نقل وتداول من مكان لآخر)
					التخزين (عادي)
					التخزين (مبرد)
					التعبئة والفرز والتدريج
					بيع عمولة
					شراء
					الخدمات المساعدة (تمويل و معلومات وتأمين)
					خدمات أخرى (تحدد)



سابعاً: مستوى الرضا عن جودة أداء الخدمات التسويقية في السوق



مدينة الملك عبد العزيز
للعلوم و التقنية KACST

عالي	فوق المتوسط	متوسط	مرضي إلى حد ما	غير مرضي	الخدمة التسويقية
					النقل (نقل وتداول من مكان لآخر)
					التخزين (عادي)
					التخزين (مبرد)
					التعبئة والفرز والتدريج
					بيع
					عمولة
					شراء
					الخدمات المساعدة (تمويل ومعلومات وتأمين)
					خدمات أخرى (تحدد)



ثامنا: أهم المشاكل التسويقية للتمور



أولاً: مشكلات هيكل السوق

- ١- وجود احتكار (في الكمية والسعر/الخدمات التسويقية)
- ٣- نقص / أو عدم توفر المعلومات التسويقية
- ٤- عوائق دخول السوق والخروج منه
- ٥- انخفاض الطلب / زيادة المعروض
- ٧- عدم كفاية مصانع تعبئة وتجهيز التمور
- ٨- غياب مواصفات ومعايير جودة واضحة



ثامنا: أهم المشاكل التسويقية للتمور



ثانيا : مشكلات سلوكيه:

- ١ - ضعف المعرفة بكيفية تحديد السعر
- ٢ - ضعف المعرفة بأفضل الأسواق
- ٣ - عدم المعرفة بطرق التسويق
- ٤ - عدم المعرفة بطرق تمييز المنتج في نظر المستهلك





ثامنا: أهم المشاكل التسويقية للتمور



ثالثا: مشكلات فنيه:

- ١- ضعف الفرز والتدريج
- ٢- ضعف التعبئة والتغليف
- ٣- ضعف النقل والتوزيع
- ٤- ضعف التخزين
- ٥- نقص المعلومات عن الخدمات
- ٦- بطء الإجراءات المتعلقة بالتصدير وتعدد جهاتها مثل شهادة المنشأ والشهادة الصحية والتخليص الجمركي



ثامنا : الحلول المقترحة من وجهة نظر



تجار التمور لرفع الكفاءة التسويقية

■ تشجيع المنافسة

■ تنظيم أسواق الجملة

■ إنشاء جمعيات تسويقية للتمور

■ تصنيع التمور

■ دعم التصدير

■ الاهتمام بالموصفات والمقاييس





ثامنا : الحلول المقترحة من وجهة نظر



مدينة الملك عبد العزيز
للعلوم و التقنية KACST

تجار التمور لرفع الكفاءة التسويقية

■ تكثيف برامج الإرشاد والتوعية

■ توفير المعلومات السوقية

■ مراقبة المزادات في الحراج

■ توفير تخزين مبرد بتكلفة مناسبة

■ توفير قروض تسويقية

■ إنشاء شركات تسويقية للتمور



شكراً ، والسلام عليكم ورحمة الله
وبركاته

