

تأثير المشاكل التسويقية على مشاريع الألبان المتخصصة بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية

سفر حسين القحطاني

قسم الاقتصاد الزراعي، كلية علوم الأغذية و الزراعة، جامعة الملك سعود
ص.ب. ٢٤٦٠ الرياض ١١٤٥١ المملكة العربية السعودية

ملخص البحث

إن زيادة الإنتاج في الألبان أدت الى ظهور مشاكل تسويقية متعددة يعاني منها الكثير من المنتجين ، لذلك فان هذا البحث يهدف الى دراسة و تحليل أهم المشاكل التسويقية لمشاريع الألبان المتخصصة بمنطقة الرياض وذلك عن طريق التحليل الوصفي و الاحصائي و الكمي . وتشير نتائج الدراسة الميدانية الى أن أهم المشاكل التسويقية هي منافسة السلع البديلة حيث يعاني منها جميع مشاريع الألبان يليها في الأهمية عدم دراية المستهلك بالنوعية الجيدة وزيادة العرض على الطلب في السوق ، أما ضيق السوق وانخفاض الجودة وعدم توفر وسائل النقل المناسب فهي غير مهمة لجميع المشاريع الألبان يليها في النسبية تساوي صفر . وتشير النتائج أيضا الى ارتفاع الهامش التسويقي و التعلية السعرية عند سعر التجزئة ٤ ريال /لتر وانخفاض الكفاءة التسويقية نسبيا حيث تبلغ ٧٠%٠ وقد أظهرت نتائج الاختبارات الإحصائية ان المشاكل التسويقية تؤثر على مشاريع الألبان الصغيرة و الكبيرة بنفس الدرجة، و كذلك بينت نتائج التحليل الكمي العلاقة بين المبيعات و الإنتاج و المشاكل التسويقية ومدى تأثير المشاكل التسويقية على المبيعات وقد تم استخدام طريقة المربعات الصغرى العادية وتحليل العناصر الرئيسية وتحليل العامل لتقدير تأثير المشاكل التسويقية على المبيعات.