

التحديات التسويقية وأثرها على استدامة ونمو الشركات الناشئة في
المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية

**Marketing Challenges and Their Impact on the
Sustainability and Growth of Startups in the
Kingdom of Saudi Arabia: A Field Study**

إعداد: روان محمد عبد الواسع

الرقم الأكاديمي: 251002392

تحت إشراف

د/ محمد عويس

2025

مشكلة الدراسة:

في ظل النمو الذي تشهده الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، إلا أنها تواجه الكثير من التحديات التسويقية التي قد تعيق قدرتها على النمو المستدام، خصوصاً في الجانب التسويقي الذي يعد حجر الأساس في نجاح المشاريع.

على الرغم من ارتفاع عدد السجلات التجارية في السعودية إلى نحو 1.5 مليون سجل نهاية الربع الثاني من عام 2024 حسب البيانات الصادرة من (منشآت)، إلا أن نسبة كبيرة من هذه الشركات تواجه تحديات في بناء حضور تسويقي فعال، ونقص في فهم السوق وضعف القدرات التسويقية، وعدم إدراك أهمية الاستثمار في الأنشطة التسويقية، وتعد من أبرز العقبات التي تواجه الشركات الناشئة بالسعودية.

فإن المشكلة البحثية تكمن في تحديد التحديات التسويقية التي تعيق نمو واستدامة الشركات الناشئة في السعودية، ومدى إدراك الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية أهمية التسويق كعنصر أساسي في تحقيق النمو والاستدامة، وكيف يؤثر نقص الاستثمار في الأنشطة التسويقية على قدرة الشركات الناشئة على التوسع والمنافسة في السوق ومن ثم اقتراح حلول عملية في تطوير الأداء التسويقي لهذه الشركات.

تساؤلات الدراسة:

ماهي أبرز التحديات التسويقية التي تواجه الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية وتعيق نموها واستدامتها؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية، وهي:

1. ما مدى إدراك الشركات الناشئة لأهمية التسويق كعنصر أساسي في تحقيق النمو والاستدامة؟
2. كيف يؤثر نقص الاستثمار في الأنشطة التسويقية على قدرة الشركات الناشئة على التوسع والمنافسة في السوق؟
3. ما هي الحلول العملية التي تساهم في تطوير الأداء التسويقي وتعزيز النمو والاستدامة لتلك الشركات؟

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

1. إثراء المعرفة العلمية وتبسيط الضوء على العلاقة بين الوعي التسويقي واستدامة الشركات الناشئة، مما يسد فجوة في الأدبيات المتعلقة في ريادة الأعمال والتسويق في المملكة العربية السعودية.
2. تساهم الدراسة في تعزيز الفهم الأكاديمي للتسويق كعنصر واستراتيجي في تحقيق النمو المستدام للمشاريع الناشئة.
3. تقديم منظور بحثي جديد من خلال تحليل أثر إدراك مؤسسي الشركات الناشئة لأهمية الاستثمار في التسويق مما يساهم في قدرات شركاتهم على التوسع والمنافسة في السوق.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

1. مساعدة أصحاب الشركات الناشئة على إدراك أهمية التسويق والاستثمار فيه كأداة أساسية لتعزيز النمو والتوسع في السوق.
2. تقديم حلول واستراتيجيات عملية تساعد الشركات الناشئة على تطوير أدائها التسويقي وتحسين قدرتها التنافسية.
3. تزويد المؤسسات الداعمة مثل (منشآت) برؤى واقعية حول أهم التحديات التسويقية التي تواجه هذه الشركات مما يمكنهم من تصميم برامج ملائمة.
4. تمكين الممارسين في المجال التسويقي من الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير استراتيجيات تسويقية تتماشى مع طبيعة السوق السعودي.

أهداف الدراسة:

1. تحديد أبرز التحديات التسويقية التي تعيق نمو واستدامة الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.
2. قياس مدى إدراك الشركات الناشئة لأهمية التسويق كعنصر أساسي في تحقيق النمو والاستدامة.
3. تحليل أثر ضعف الاستثمار في الأنشطة التسويقية على قدرة الشركات الناشئة على التوسع والمنافسة في السوق.
4. اقتراح حلول عملية في تطوير الأداء التسويقي وتعزيز النمو والاستدامة لتلك الشركات.

أسئلة الاستبيان:

السمات الديموغرافية:

النوع:

- ذكر
- انثى

العمر:

- أقل من 18
- من 18 – 24
- من 25 – 30
- من 36 – 40
- من 41 – 45
- 45 فأكثر

المستوى التعليمي:

- ثانوي
- دبلوم
- بكالوريوس
- دراسات عليا (ماجستير- دكتوراه)

طبيعة النشاط التجاري:

- تجارة
- مقاولات
- خدمات
- صناعات
- تقنية
- أخرى

عدد سنوات عمل المنشأة:

- أقل من سنة
- 1- 3 سنوات
- 4 – 6 سنوات
- أكثر من 6 سنوات

عدد العاملين في المنشأة:

- 1- 5
- 6 – 10
- أكثر من 10

المحور الأول: التحديات التسويقية

- 1- لا يحظى التسويق بالاهتمام الكافي مقارنة بالجوانب التشغيلية الأخرى في الشركة؟
- موافق
 - موافق بشدة
 - محايد
 - غير موافق
 - غير موافق بشدة

- 2- لا يمتلك فريق الإدارة لدينا معرفة كافية بالمفاهيم التسويقية الحديثة؟
- موافق
 - موافق بشدة
 - محايد
 - غير موافق
 - غير موافق بشدة

- 3- القرارات التسويقية تُتخذ غالباً دون دراسة كافية للسوق
- موافق
 - موافق بشدة
 - محايد
 - غير موافق
 - غير موافق بشدة

- 4- لدينا نقص في الكفاءات البشرية المتخصصة في التسويق.
- موافق
 - موافق بشدة
 - محايد

- غير موافق
- غير موافق بشدة

5- لا نستثمر بشكل كافٍ في الإعلانات الرقمية عبر الإنترنت

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

6- حضورنا في وسائل التواصل الاجتماعي ضعيف مقارنة بالمنافسين.

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

الحدود الثاني: النمو والاستدامة في الشركات الناشئة

1- تحقق الشركة نمواً ملحوظاً في الإيرادات السنوية.

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

2- هناك زيادة مستمرة في عدد العملاء والمبيعات

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

3- تمتلك الشركة خطة استراتيجية واضحة لتحقيق الاستدامة طويلة المدى

- موافق
- موافق بشدة

- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

4- ساهم الاستثمار في التسويق الرقمي في تعزيز انتشار العلامة التجارية

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

5- تساعد الأنشطة التسويقية في الحفاظ على تنافسية شركتنا في السوق.

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة

6- نستثمر في تطوير حلول رقمية لتحسين الأداء التسويقي

- موافق
- موافق بشدة
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة