**ملخص البحث**

**ملخص البحث**

 يعد التسويق هو القناة التي تحدد مفردات الاتصال بين المُنْتِج الصناعي ورغبات المستهلك , فهو نظام متفاعل ومتداخل من مختلف الأنشطة المصممة والمعدة لغرض تسعير وترويج السلع للعملاء الحاليين والمرتقبين , وقد أصبح من العلوم الهامة والحساسة في الدول المتقدمة اقتصاديا وذلك بقدرته للتعرف على حاجات ورغبات المستهلكين ومحاولة إشباعها ووضع حلول مختلفة لمشاكل التسويق وتوزيع المنتجات وإشباع رغبات المستهلكين .

 لذلك فقد اقتضت الحاجة إلى ضرورة القيام " بدراسة المشاكل التسويقية للملابس النسائية المصنعة محليا " على أساس علمي سليم وبناءا على دراسات ميدانية لعينات مختلفة حتى يمكننا مواكبة ما توصل إليه العالم في مضمار الصناعة والحصول على منتجات محلية عالية الجودة تضاهي ما تم استيراده من الخارج .

 وقد اشتمل البحث على خمسة فصول رئيسة :

**الفصل الأول : المقدمة وخطة البحث :**

 ويقدم فكرة شاملة عن البحث والتعريف بالمشكلة و أهداف وأهمية وفروض ومصطلحات البحث العلمية التي استخدمت فيه .

**الفصل الثاني : ويستعرض فيه الإطار النظري ويشتمل على :**

* التسويق و أهميته ووظائفه , وتعريف المزيج التسويقي وعناصره الأربعة ( السلعة , السعر , الترويج , التوزيع ).
* التعرف على أنواع المستهلكين وسلوكيات الشراء لديهم وعرض عدة وسائل لتتبع رضاء المستهلك .
* الجودة هدفها و أثرها على تحسين الإنتاجية .
* العلامة التجارية , أهدافها , أنواعها والاستراتيجيات المتبعة في تسويقها .
* الصناعة في المملكة العربية السعودية أهدافها ,استراتيجياتها وما تواجهها من تحديات وعقبات .
* تصميم الأزياء وارتباطها بالتسويق

**الفصل الثالث : الدراسات السابقة واشتمل على :**

* دارسات تتعلق بالتسويق .
* دراسات تتعلق بتصميم الأزياء .

**الفصل الرابع : الدراسات الميدانية, واشتمل على** :

 أساليب وإجراءات البحث , وقد اتبع المنهج الوصفي التحليلي , واحتوت عينة البحث على ثلاث أنواع من العينات وهي **المستهلك وعددها ( 105 ) مفردة , وقد طبقت عليها الاستبانة الأولى للتعرف على آرائهم في الملابس المحلية والمستوردة .**

* من أسباب عدم الإقبال على شراء الملابس المصنعة محلياً - من وجهة نظر المستهلك – هي : عدم مناسبة المكملات , ندرة الخامات الجيدة , ندرة الخياطة الراقية .
* وجود تباين في سبب تفضيل المستهلك في شراء الملابس المستوردة حسب الترتيب التالي : جودة الخامة , تنوع وتناسق الكلف , فتناسق الألوان , و أخيراً تطابق المنتجات للمقاسات.
* كلما ارتفع الدخل وزاد مستوى التعليم قل الإقبال على شراء الملابس المصنعة محلياً .
* كلما ارتفع مستوى الدخل والإقبال على شراء الماركات العالمية المشهورة .
* عدم تفضيل شراء بعض من الملابس المصنعة محليا على النحو التالي : كالجونلات والبلوزات و ملابس السهرة والبنطلونات .

 **رجال الأعمال وعددهم ( 12 ) مفردة للتعرف على المشاكل التي تواجههم في عملية التسويق فقد تم التوصل إلى النتائج التالية :**

* استيراد رجال الأعمال للملابس الجاهزة حسب أذواقهم , دون الاهتمام بذوق المستهلك.
* كثرة عدد المنافسين في تسويق الملابس الجاهزة المستوردة وخاصة المقلدة منها , سواءً كانت محلية أو من الدول الآسيوية .
* كثرة انتشار السلع الأجنبية المستوردة مما يعمل على الإقلال من قيمة المُنْتَج المحلي .
* عدم إشباع الصناعة المحلية لرغبة ومتطلبات المستهلك لعدم جودتها في التشطيب والخياطة .
* ارتفاع أسعار المنتجات المحلية مقارنة بمثيلاتها المستوردة .

 **أما أصحاب مصانع الملابس المصنعة محليا عددها ( 6 ) مصانع , توضح المشاكل الإدارية والتسويقية التي تواجهها وقد تم التوصل إلى النتائج التالية :**

* عدم توفر الأيدي العاملة الوطنية الفنية والمهنية في مجال الخياطة مع ارتفاع أجورهم .
* إنتاج المصانع المحلية محدود جدا ولا يلبي متطلبات واحتياجات المستهلك إلا في نطاق

 ضيق كالثياب الرجالية والملابس المهنية و أزياء المدارس .

* مصادر الآلات ومكائن الخياطة و الخامات جميعها مستوردة , مما يزيد من تكلفة المُنْتَج

 المحلي.

* عدم مساواة المنتجات السعودية بالمنتجات المستوردة من حيث الجودة والتشطيب .
* ارتفاع أسعار الملابس المصنعة محليا مقارنة بمثيلاتها من المستوردة و التي يؤدي إلى إحجام

 بعض رؤوس الأموال للاستثمار في هذا المجال.

* من المشاكل التي تواجه أصحاب المصانع الاعتماد اليدوي في كل من رسم الباترون والقص , عدم وجود عمالة متخصصة في عملية الإنتاج , عدم توفر الخامات والمكملات , عدم توفر مواصفات قياسية لمقاسات الأجسام السعودية .
* من المشاكل الإدارية أيضاً كثرة عدد المنافسين و ذلك لفتح باب الاستيراد على مصراعيه ,

 عدم وجود مختصين بدراسة السوق السعودي , انتشار الملابس المستوردة بكثرة , عدم ثقة

 المستهلك للصناعة الوطنية و أخيرا ارتفاع أسعار الجمارك للأقمشة المستوردة .

**الفصل الخامس : خلاصة النتائج والتوصيات :**

**وجاءت أهم التوصيات كالتالي :**

1. تشجيع الدولة أصحاب المشاريع لاستثمار رؤوس الأموال السعودية في الداخل بفتح مصانع للملابس الجاهزة وفتح مجال توظيف خريجات كليات الاقتصاد المنزلي والاستفادة من خبراتهن حسب تخصصاتهن .
2. توفير المعدات ذات التكنولوجيا الحديثة والتي تساعد على تحسين نوعية الإنتاج وتقليص الفوارق الزمنية , والسرعة في تسليم المنتجات والقدرة على تأمين كميات إضافية من المُنْتَج في الوقت المناسب .
3. إنشاء مصانع لإنتاج الخامات الأساسية من الأقمشة , وذلك عن طريق الاستفادة من مشتقات البترول المتوفرة بكثرة .
4. دعم الصناعة الوطنية وتوفير كافة السبل لإنجاحها بإيجاد فرص التوظيف للقوى العاملة الوطنية ورفع كفاءتها عن طريق تدريبها في مجال صناعة الملابس وصولا إلى توفير وظائف تساعد على حل مشكلة البطالة .
5. الاهتمام بجودة المُنْتَج بدءاً بالخامات وانتهاءً بالمُنْتَج النهائي لأنها هي العامل الأساسي في مواجهة المنافسة داخليا وخارجيا .
6. تحسين الصورة الذهنية للمُنْتَج المحلي لدى المستهلك والعمل على ترويجه داخليا وخارجيا من خلال إقامة معارض موسمية .
7. الاهتمام بتسعير المنتجات المصنعة محليا مع إمكانيات وتوقعات المستهلكين , مقارنة بأسعار السلع المستوردة المنافسة .
8. عمل دراسات تسويقية للتعرف على متطلبات و احتياجات المستهلك والسوق السعودي.
9. توفير التصميمات ذات الذوق الراقي ومسايرتها لخطوط الموضة وبما يتناسب مع عادات وتقاليد المجتمع السعودي وديننا الإسلامي .
10. عمل دراسات وبحوث علمية في مجال تسويق الملابس الجاهزة المصنعة محليا لافتقار هذا المجال لمثل هذه البحوث .
11. حماية الصناعة المحلية من قبل الدولة وذلك بالحد من استيراد المنتجات المماثلة للمنتجات الوطنية الجيدة .
12. الاهتمام بإنشاء مصانع محلية للملابس النسائية .