

## كفاءة سياسات تسويق منتج العسل الحضرمي المصدر إلى الأسواق الخليجية (من وجهة نظر المصدرين في مدينة المكلا - محافظة حضرموت)

د. هاني سالمين بلعفير\* أ.د. محمد سعيد خنبيش\*\*

### الملخص:

يستهدف البحث إيجاد إطار نظري يشتمل على موضوعات تتعلق بسياسات التسويق، وكذلك موضوعات تتعلق بمفهوم وفوائد التصدير، وكيفية استخدامه بمستوى عالٍ من الكفاءة على مستوى الأعمال والأنشطة كافة، ومنها تصدير منتج عسل النحل. كما يستهدف البحث التعرف على مستوى كفاءة سياسات تسويق المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج المستخدم من قبل المنشآت في مدينة المكلا م/ حضرموت عند تصدير منتج العسل الحضرمي إلى الأسواق الخليجية (من وجهة نظر المصدرين). وقد تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب الدراسة الميدانية. وقد تم تصميم استبانة بغرض جمع البيانات الأولية، وزعت (40) منها على عينة عشوائية من القائمين على إدارة منشآت تسويق العسل الحضرمي وتصديره في ساحل م/ حضرموت، تم استرجاع (31) منها سليمة. وقد تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات البحث. وقد توصل البحث إلى أن جميع السياسات التسويقية المتعلقة بمنتجات المستخدمة من قبل المنشآت المصدرة للعسل الحضرمي كانت بمستوى كفاءة عالٍ، كما أن أكثر السياسات المتعلقة بكلٍّ من التسعير والتوزيع تمتاز أيضاً بمستوى عالٍ من الكفاءة، أما السياسات الترويجية المستخدمة فكانت بمستوى متوسط الكفاءة في العموم، إلا أن هناك ضعفاً في بعض السياسات الترويجية الفرعية وبخاصة ما يتعلق منها بسياسات الإعلان والدعاية.

### الإطار العام للبحث

منتجاتها المختلفة إلى خارج حدود بلدها الأصل أو البلدان التي تعمل فيها.

### أولاً : المقدمة :

ومن جهة ثانية فإن منتج العسل يعتبر من السلع التي تساهم في نمو اقتصادات الكثير من الدول؛ حيث تعمل بعض الدول على إعطائه جل اهتمامها، واعتباره أفضل الموارد الواجب استغلالها قدر الإمكان؛ لتحسين اقتصادها كما هو الحال بالنسبة لدولة أثيوبيا وغيرها من الدول.

يعد السوق من أهم الأنشطة لجميع المنشآت العاملة في أي نشاط في وقتنا الحاضر، نظراً لما تواجهه إدارة هذه المنشآت من تغيرات كثيرة في البيئة المحيطة بأعمالها، كالتقلبات السريعة في حاجات ورغبات ومطالب المستهلكين، والمنافسة المتزايدة في الأسواق المختلفة على المستوى المحلي والدولي، ونظراً لأهميته في نجاح عملياتها وأنشطتها التسويقية المتعلقة بتصدير

لهذا فقد جاء هذا البحث لمعرفة مستوى كفاءة استخدام سياسات التسويق المتعلقة بتصدير منتج العسل اليمني الحضرمي إلى الأسواق الخليجية، من أجل

\* أستاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال - كلية العلوم الإدارية - جامعة حضرموت

\*\* أستاذ علم النحل - كلية العلوم - جامعة حضرموت

## The Efficiency of Marketing policy in Exporting Hudhrami Honey to the Gulf Markets.

Dr.Hani Salmeen Bal'afair –Prof Dr. Mohammed Saeed Khenbash

### **Abstract**

The research aims at creating a theoretic framework that includes topics related to marketing policies, as well as topics related to the concept and benefits of export and how to use it with a high level of efficiency at the level of business and activities including the export of honey bee products. The research aims at identifying the level of efficiency of the marketing policies (product, pricing, distribution, marketing) used by the establishments in the city of Mukalla / Hadramout when exporting the honey product to the Gulf markets (from the point of view of the exporters). In this research, the analytical descriptive approach and the method of field study were adopted. A questionnaire was designed for the purpose of collecting primary data, 40 of which were distributed at random sample of managers of marketing and export of urban honey, of which 31 were recovered. The statistical program (SPSS) was used to analyze the search data. The research found that all the marketing policies related to the product policies used by the exporters of Hadhramout honey are effective. Most policies regarding pricing and distribution are efficient. The research also found that the promotional policies used by the establishments are generally efficient but there is a weakness in some of the sub-promotional policies, especially with the regard to the advertising and marketing policies