



## المخبوزات

HS code  
190590

دراسة تنمية المصادر للسوق الهولندي

المملكة العربية السعودية

- تم إعداد الدراسة الحالية للسوق الهولندي ضمن مشروع إعداد الدراسات كأحد المشاريع التي تعزز دور هيئة تنمية الصادرات السعودية في تمكين المصانع والشركات المحلية من أجل التصدير وفتح أسواق جديدة، حيث ركزت هذه الدراسة على استهداف فرص تصديرية للسوق الهولندي، بهدف تحقيق انتشار أوسع لصادرات المملكة واختراق أسواق جديدة تتطلب معرفة أعمق بطبيعتها وثقافة المستهلك فيها.
- من الجدير بالذكر أن هذه الدراسة أُعدت من خلال عمل مشترك وميداني مع أهم المنتجين المحليين لجميع المنتجات الفرص المذكورة فيها، كما وتم عقد العديد من اللقاءات تم خلالها عرض النتائج والمقترحات بالإضافة إلى المخرجات، لذلك تعد هذه الدراسة جهداً مشتركاً ونموذجاً واقعياً لأفضل الحلول والتوجهات في تنمية صادرات المملكة من القطاعات المذكورة.
- تتميز هذه الدراسة أنها تضمنت خطة تفصيلية لاختراق السوق الهولندي، بحيث تشمل مواصفات المنتج في السوق، استراتيجية اختراق السوق، سياسة التسعير، بالإضافة إلى اقتراح خطة الترويج وقائمة بالعملاء المحتملين، لتشكل خارطة طريق واضحة من أجل التحقيق والتطبيق.
- بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه، تم رسم خطة تصديرية شاملة للنهوض بتصدير القطاعات المستهدفة في هذه الدراسة، بحيث تشمل تحديداً واضحاً للأهداف من حيث الكم والنوع، والعمل على تحقيقها بشكل مستمر حتى عام (2030م) مما يتفق مع رؤية المملكة ويتناغم مع جميع المبادرات الأخرى ذات العلاقة، وبالتعاون مع معظم الجهات التي تتقاطع بدورها مع دور الهيئة في تنمية صادرات هذه القطاعات.

# المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	#
9	الملخص التنفيذي	1
13	القطاع المستهدف	2
21	تحليل المستهلك	3
24	الإنتاج المحلي	4
28	الركائز التصديرية	5
32	السعة التصديرية	6
38	تحليل المنافسة	7
44	التحليل اللوجيستي	8
52	خطة اختراق السوق	9
70	العملاء المحتملين	10

# الشركاء الاستراتيجيون



الهيئة الملكية للجبيل وينبع  
Royal Commission for Jubail & Yanbu



وزارة البيئة والمياه والزراعة  
Ministry of Environment Water & Agriculture  
المملكة العربية السعودية Kingdom of Saudi Arabia



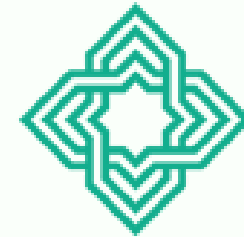
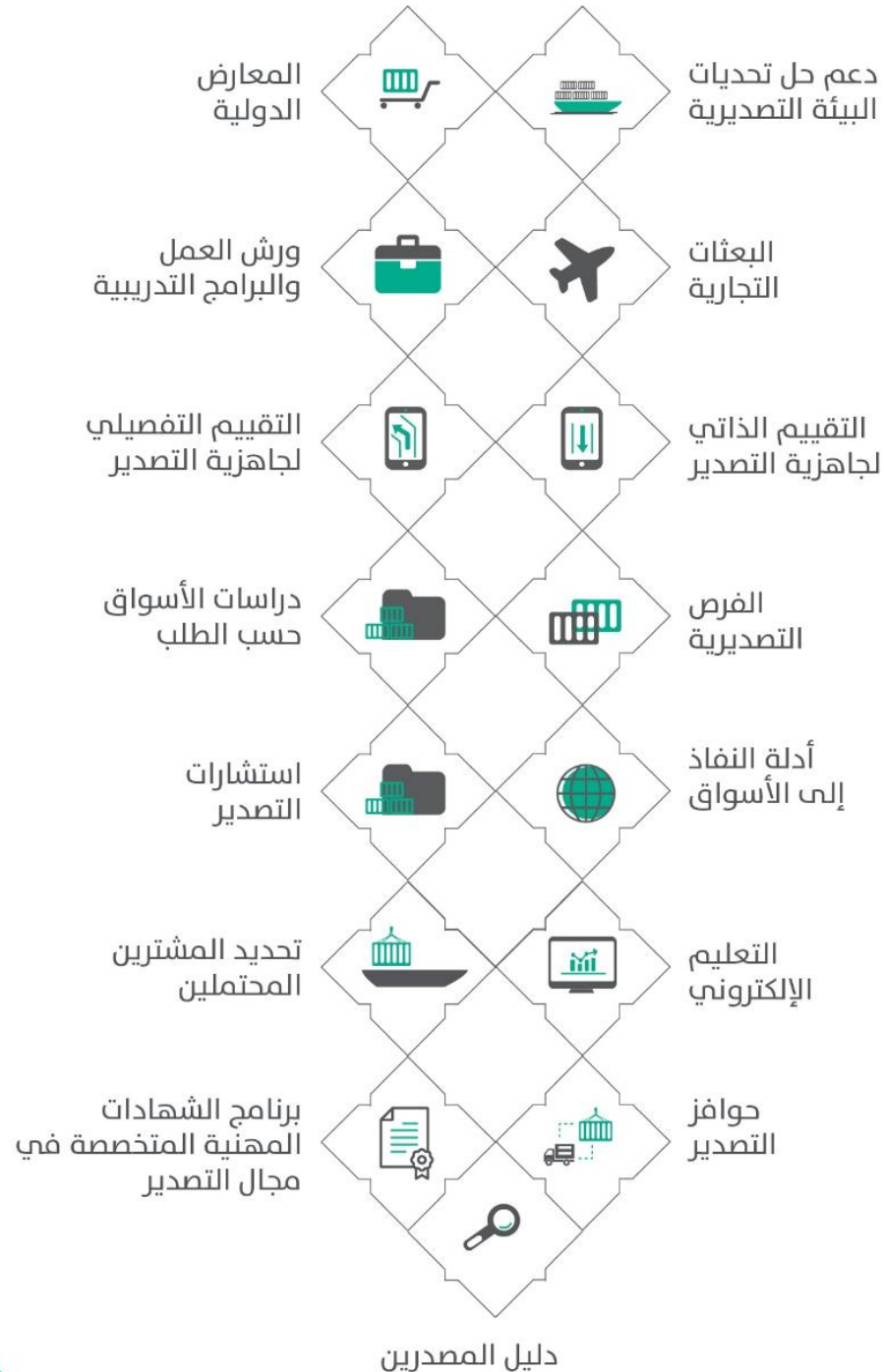


المصدرات السعودية  
هيئة تنمية المصدرات السعودية

---

خدمات هيئة تنمية  
المصدرات السعودية

# خدمات هيئة تنمية الصادرات السعودية



الصادرات السعودية  
هيئة تنمية الصادرات السعودية





# السوق المستهدف



# هولندا Netherlands

## البلد المستهدف

اليورو €	العملة الرسمية
17,134,873	عدد السكان (2020م)
3.405	الناتج المحلي الإجمالي (2019م)/تريليون ريال
0.6%	نسبة النمو في عدد السكان (2019م)
41,543	المساحة (كم <sup>2</sup> )
76%	ممارسة أنشطة الأعمال

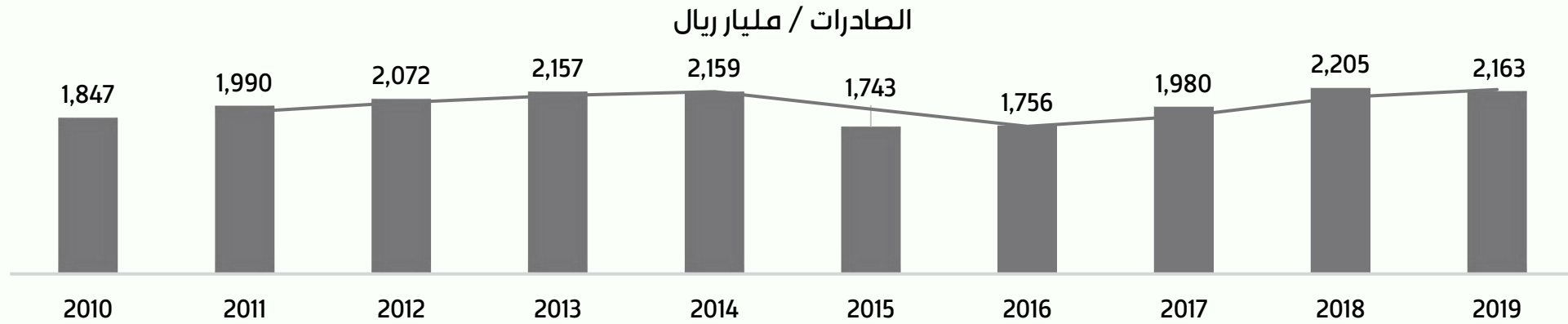




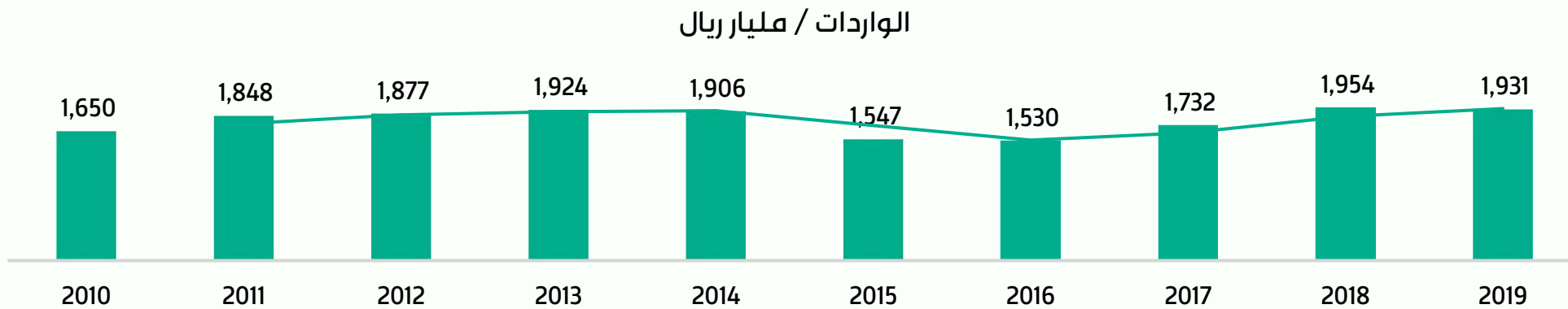
## 2.1 البيانات التجارية (الصادرات والواردات من المنتجات غير النفطية)

م(2015-2023)

- إجمالي صادرات هولندا (2010-2019)م:



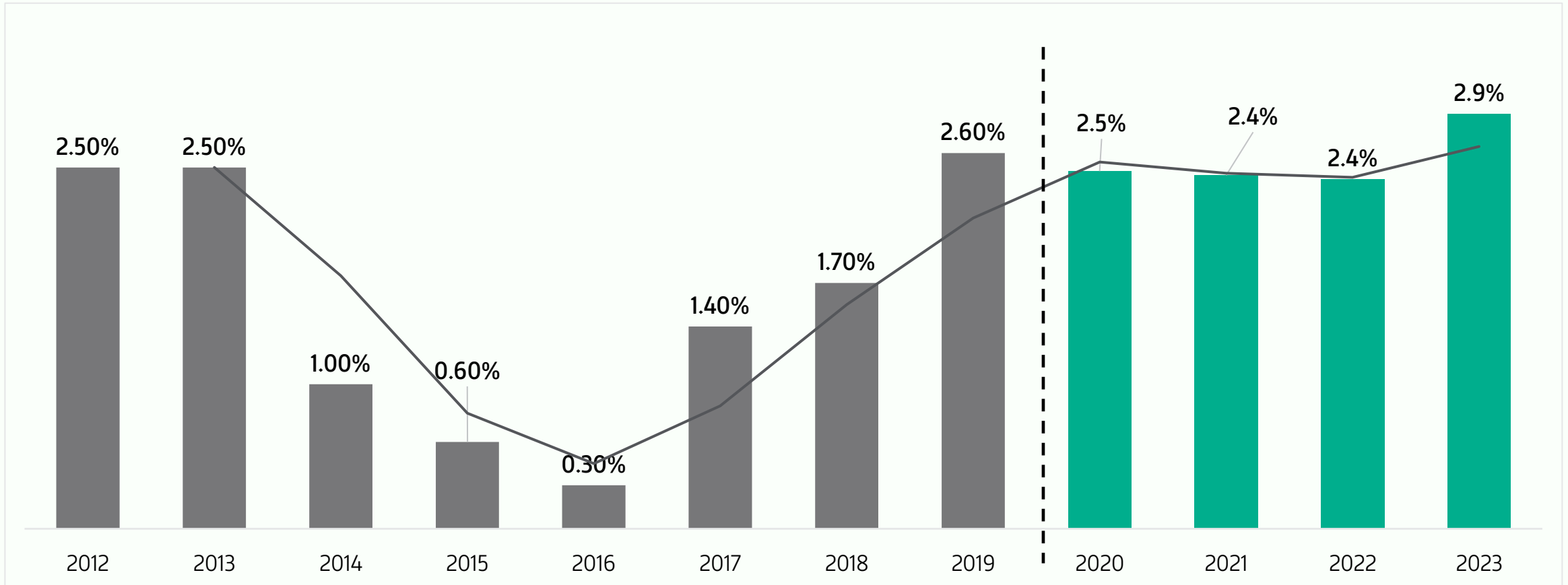
- إجمالي واردات هولندا (2010-2019)م:





## 2.2 معدل التضخم

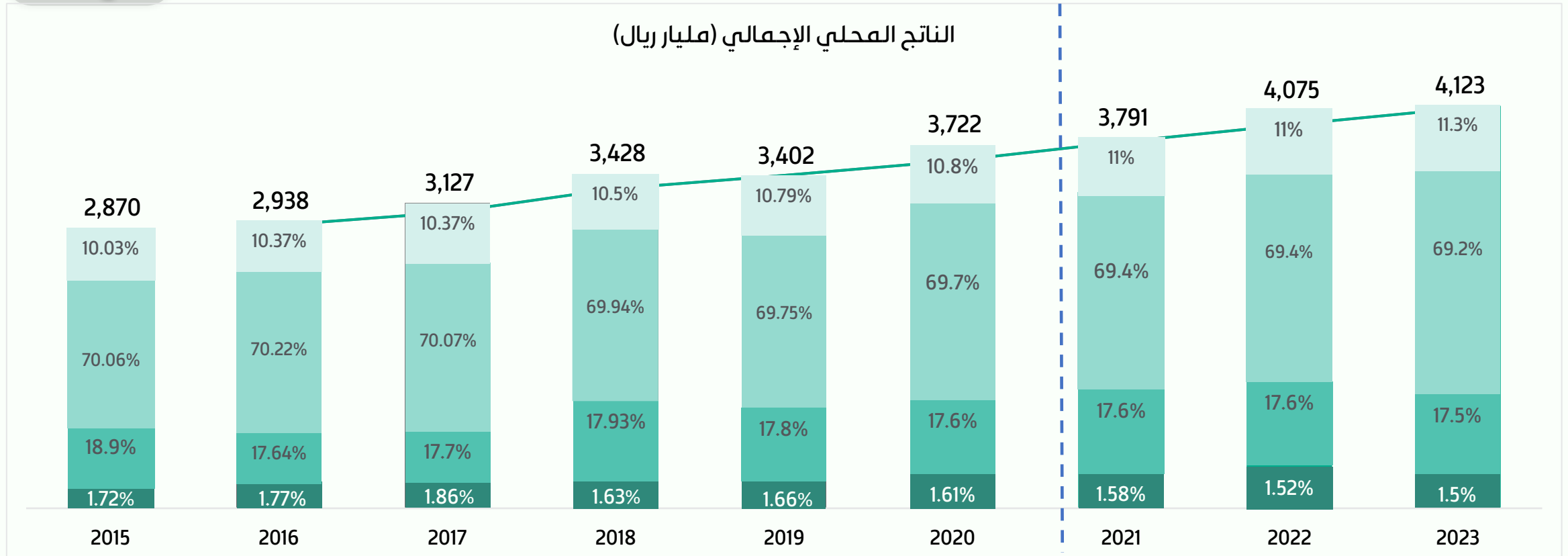
م (2010-2023)





## 2.3 الناتج المحلي الإجمالي

م(2023-2015)



قطاع الزراعة قطاع الصناعة قطاع الخدمات أخرى



## 2.4 تكلفة المنافع

الوحدة	القيمة (ريال سعودي)	السنة	نوع المنفعة
ريال سعودي / مليون وحدة حرارة بريطانية	10.8	2019م	الغاز الطبيعي
ريال سعودي / ساعة	19.85	2018م	أجور العمال
ريال سعودي / كيلو واط بالساعة	0.99	2019م	الكهرباء
ريال سعودي / مترمكعب	5,620.5	2020م	ديزل
ريال سعودي / مترمكعب	3.7125	2020م	مياه
--	76%	2019م	سهولة ممارسة أنشطة الأعمال



هولندا



نمو إجمالي  
الصادرات  
%-2

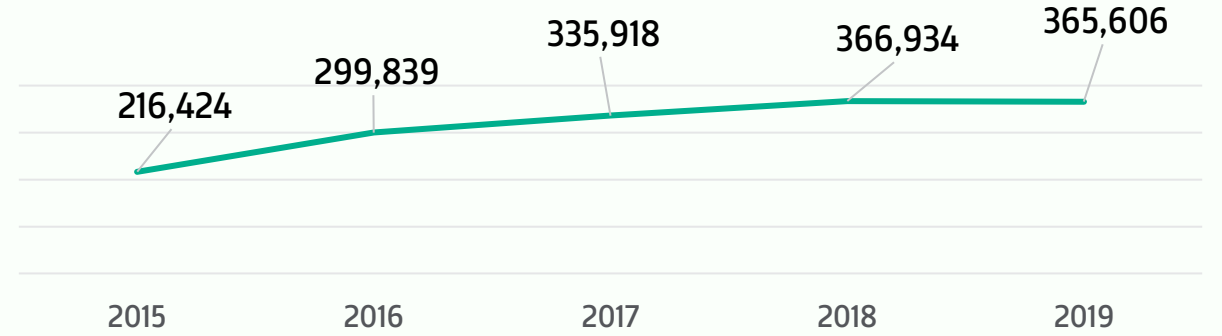
إجمالي  
الصادرات  
تربليون ريال  
2.163

إجمالي  
الواردات  
تربليون ريال  
1.931

نمو إجمالي  
الواردات  
-1%

## 2.5 الميزان التجاري الهولندي

الميزان التجاري الهولندي للسلع والخدمات (مليون ريال)



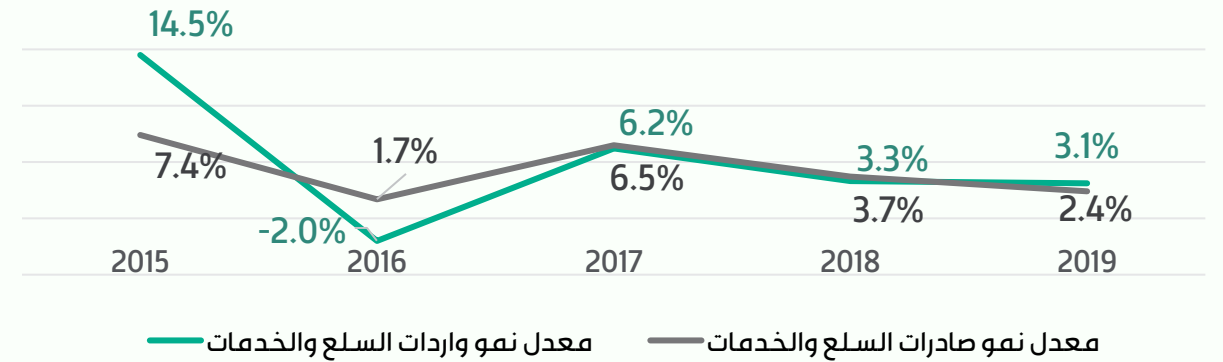
أبرز المصدرين (% من واردات هولندا)



أبرز المستوردين (% من صادرات هولندا)



معدل نمو الصادرات و الواردات



## 2.6 أكبر الشركاء التجاريين

هولندا



05



فرنسا

- 1- أجهزة هاتف.
- 2- أدوية.
- 3- أدوات وأجهزة الطب.
- 4- لفائف غليظة (سيجار) بأنواعها.
- 5- آلات للمعالجة الذاتية للمعلومات ووحداتها.

- 1- آلات وأجهزة ومعدات كهربائية.
- 2- سيارات ركوب خاصة.
- 3- مفاعلات نووية وآلات وأجهزة آلية.
- 4- حنطة (قمح).
- 5- لدائن ومصنوعاتها.

04



بلجيكا

- 1- أجهزة هاتف.
- 2- هيدروكربونات لادورية للاحلقة.
- 3- آلات للمعالجة الذاتية للمعلومات ووحداتها.
- 4- مجموعات توليد الكهرباء.
- 5- عربات، سيارات، جرارات ودرجات.

- 1- عربات وسيارات وجرارات ودرجات.
- 2- مفاعلات نووية ومرجل وأدوات آلية.
- 3- لدائن ومصنوعاتها.
- 4- منتجات كيميائية عضوية.
- 5- حديد صب وحديد صلب.

03



المملكة المتحدة

- 1- آلات وأجهزة كهربائية.
- 2- مفاعلات نووية.
- 3- أدوات تصوير.
- 4- عربات، سيارات، جرارات ودرجات.
- 5- منتجات الصيدلة.

- 1- مفاعلات نووية وآلات وأجهزة آلية.
- 2- آلات وأجهزة ومعدات كهربائية.
- 3- منتجات الصيدلة.
- 4- عربات، سيارات، جرارات ودرجات.

02



الولايات المتحدة

- 1- دم بشري لاستعمالات الطب العلاجي.
- 2- زيوت نפט وزيت عدا الخام.
- 3- آلات وأجهزة مستعملة في صنع الرقائق الموصلة.
- 4- أجهزة الطب العام والأسنان والبيطري.
- 5- أصناف وأجهزة تقويم الاعضاء.

- 1- زيوت نפט وزيت عدا الخام.
- 2- أجهزة الطب العام والأسنان والبيطري.
- 3- دم بشري لاستعمالات الطب العلاجي.
- 4- أصناف وأجهزة تقويم الاعضاء.
- 5- أجهزة هاتف (تلفون)، بما فيها هواتف الشبكات الخلوية أو الشبكات اللاسلكية الأخر.

01



ألمانيا

- 1- منتجات الصيدلة.
- 2- مفاعلات نووية ومرجل آلات.
- 3- لدائن ومصنوعاتها.
- 4- آلات وأجهزة ومعدات كهربائية.
- 5- عربات، سيارات، جرارات ودرجات.

- 1- مفاعلات نووية وأدوات آلية.
- 2- منتجات الصيدلة.
- 3- عربات، سيارات، جرارات ودرجات.
- 4- آلات وأجهزة ومعدات كهربائية.
- 5- أدوات وأجهزة للبصريات أو التصوير الفوتوغرافي.

أكبر صادرات هولندا من الشركاء التجاريين

أكبر واردات هولندا من الشركاء التجاريين



## إتفاقيات التجارة الحرة

- أستراليا
- البحرين
- كندا
- تشيلي
- كولومبيا
- كوستاريكا
- جمهورية الدومينيكان
- السلفادور
- غواتيمالا
- هندوراس
- إسرائيل
- الأردن
- كوريا
- المكسيك
- المغرب
- نيكاراغوا
- سلطنة عُمان
- بنما
- بيرو
- سنغافورة

# 2.7 أهم الموارد الهولندية

## الموارد الإقتصادية

### الزراعة والثروة الحيوانية

1.66% of GDP

- |            |                     |
|------------|---------------------|
| 1- القمح   | 5- الشمندر          |
| 2- الذرة   | 6- الماشية والألبان |
| 3- الشعير  | 7- الأبقار          |
| 4- البطاطا | 8- البستنة          |

### الصناعة

17.8% OF GDP

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| 1- البترول          | 6- الإلكترونيات    |
| 2- الصلب            | 7- المواد الغذائية |
| 3- السيارات         | 8- منتجات الألبان  |
| 4- الإتصالات        | 9- الأخشاب         |
| 5- المواد الكيماوية | 10- التعدين        |
|                     | 11- مواد استهلاكية |

### الخدمات

69% OF GDP

- 1- السياحة.
- 2- المستشفيات.
- 3- المواصلات.
- 4- الإتصالات.
- 5- تكنولوجيا المعلومات.

## الموارد الطبيعية

4.1% of GDP



مياه



غاز طبيعي



النفط



معادن



وقود أحفوري



أرض



## 2.8 أهم المنتجات المستوردة والمصدرة عام 2019م

أهم المنتجات المستوردة و المصدرة بين هولندا و العالم

أهم صادرات هولندا إلى العالم 

رمز السلع	اسم السلع المصدرة	الأهمية النسبية	الكميات (طن)
2710	الزيوت والزيوت البترولية المستخرجة من معادن البيتومين (باستثناء النفط الخام)	%9.3	92,894,032
8517	أجهزة الهاتف، بما في ذلك هواتف الشبكات الخلوية او الشبكات اللاسلكية الاخرى	%3.3	81,497
3004	الأدوية	%3.1	80,008
8486	الآلات والأجهزة من النوع المستخدم فقط أو بشكل اساسي لتصنيع أشباه الموصلات	%2.4	12,175
9018	الأدوات و الأجهزة المستخدمة في العلوم الطبية والجراحية	%2.2	75,895

أهم واردات هولندا من العالم 

رمز السلع	اسم السلع المستوردة	الأهمية النسبية	الكميات (طن)
2709	الزيوت البترولية المستخرجة من معادن البيتومين	%6.6	71,794,839
2710	الزيوت والزيوت البترولية المستخرجة من معادن البيتومين (باستثناء النفط الخام)	%5.6	54,166,290
8517	أجهزة الهاتف، بما في ذلك هواتف الشبكات الخلوية أو الشبكات اللاسلكية الأخرى	%4.3	104,788
8471	آلات المعالجة الآلية للبيانات، منها قارئات مغناطيسية أو بصرية	%2.9	192,393
8542	الدوائر المتكاملة الإلكترونية، أجزاء منها	%2.6	9,699

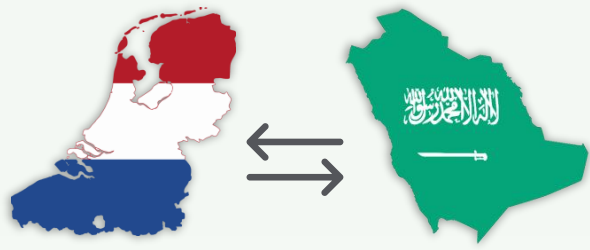


## العلاقات الهولندية مع المملكة

يتم في هذا الجزء من التقرير استعراض أهم العلاقات التجارية والسياسية بين المملكة والسوق المستهدف مع عرض الميزان التجاري لهولندا.

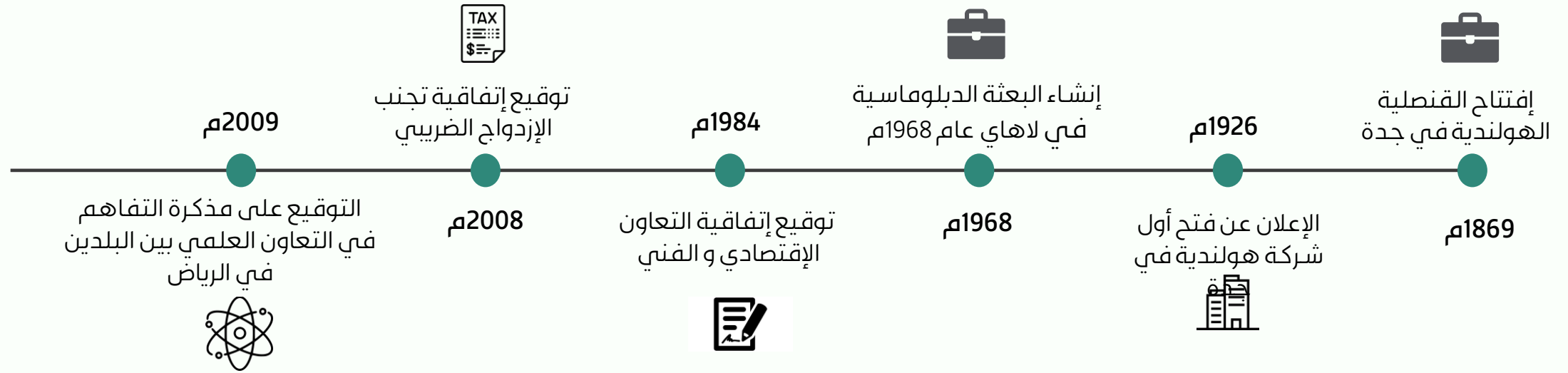
العلاقات السياسية

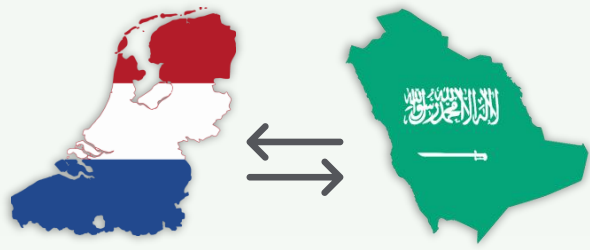
العلاقات التجارية



# العلاقات السياسية

المملكة العربية السعودية - هولندا

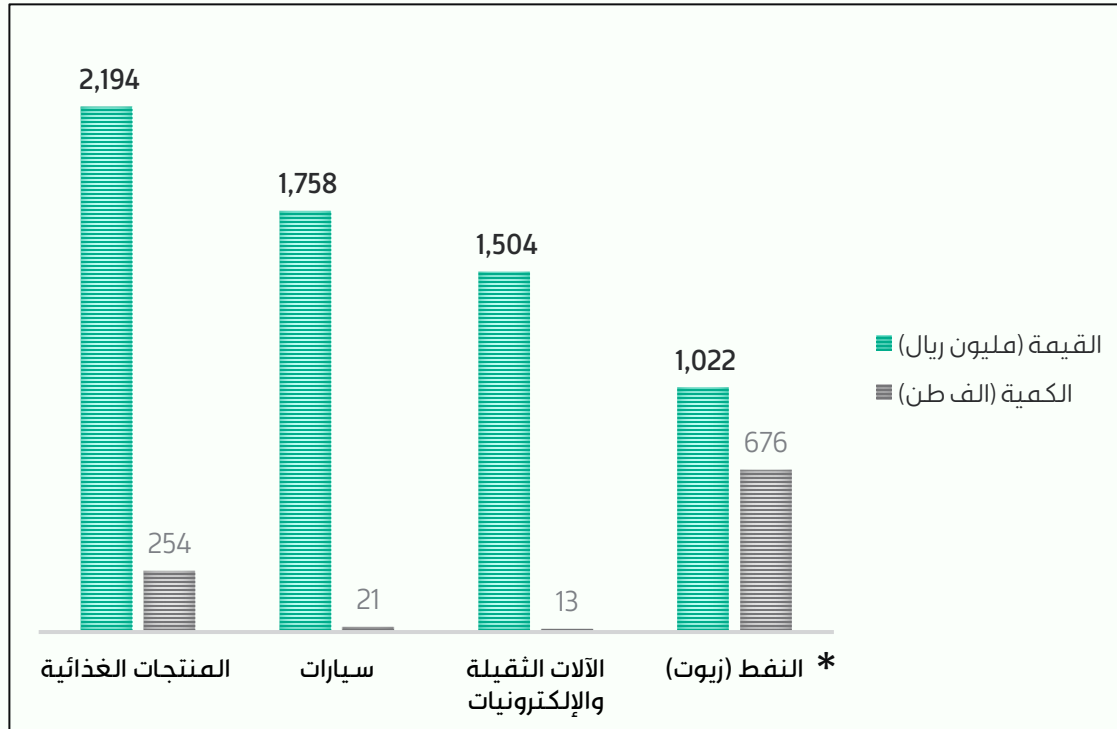




# العلاقات التجارية

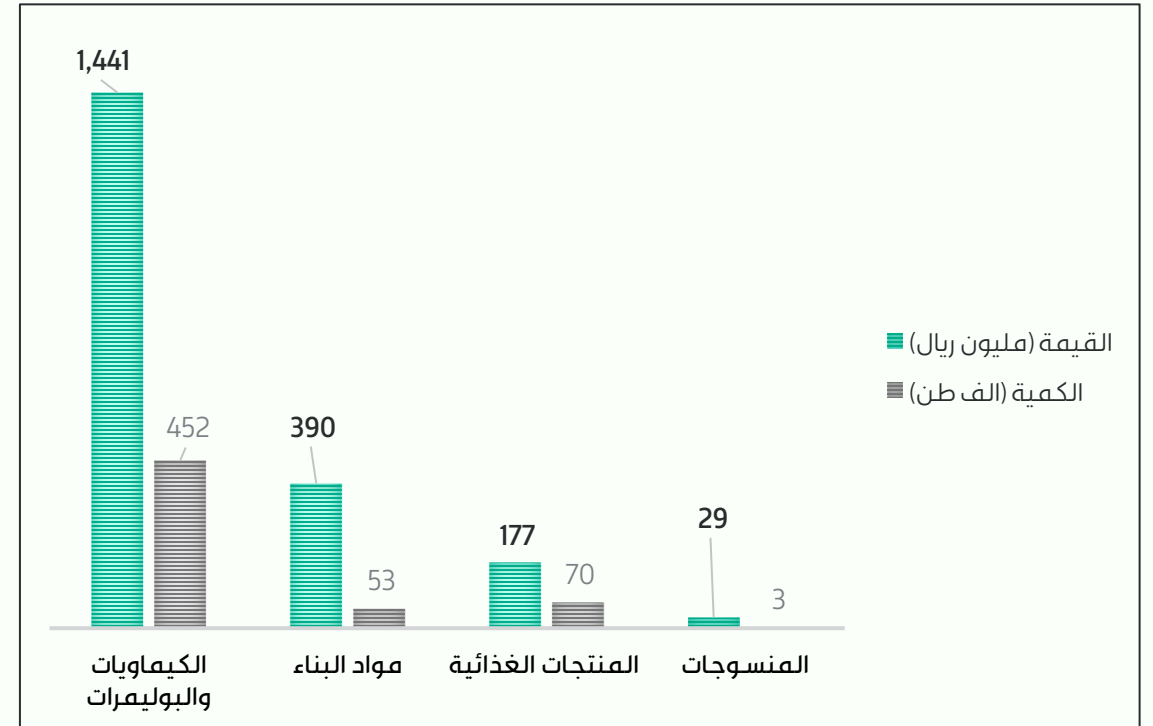
المملكة العربية السعودية - هولندا

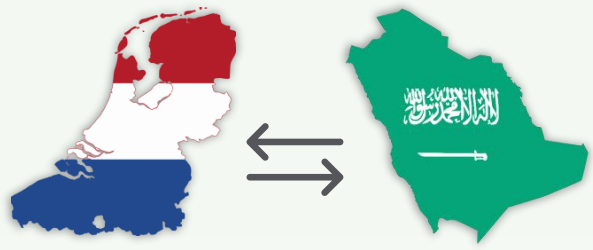
أكبر القطاعات التي تستوردها المملكة من هولندا عام 2019م



هنا لا يقصد بالنفط الخام إنما هي الزيوت والشحوم المستخرجة من النفط \*

أكبر القطاعات المُصدرة من المملكة إلى هولندا 2019م

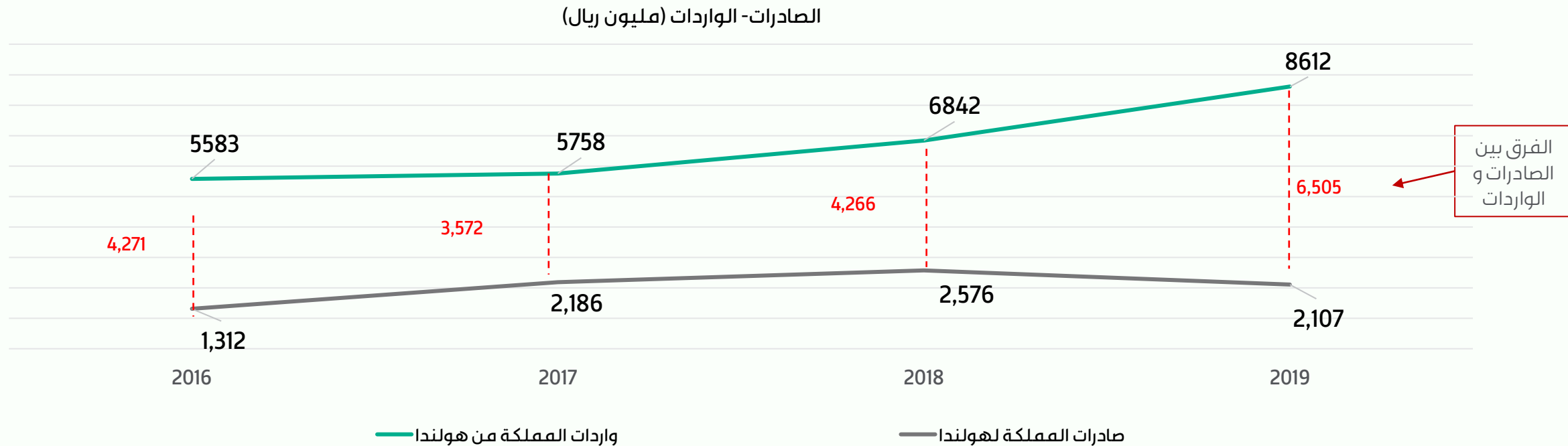




# العلاقات التجارية

المملكة العربية السعودية - هولندا

• الميزان التجاري السعودي-الهولندي :





HS Code 190590

# المخبوزات





# المخبوزات - نظرة عامة على المنتج



## الجمارك

المملكة - هولندا

9% + (الرسوم على نسبة المكونات الزراعية/100كغ) ويحدد أعلى 20.7% + تكاليف إضافية على الدقيق (الطحين)

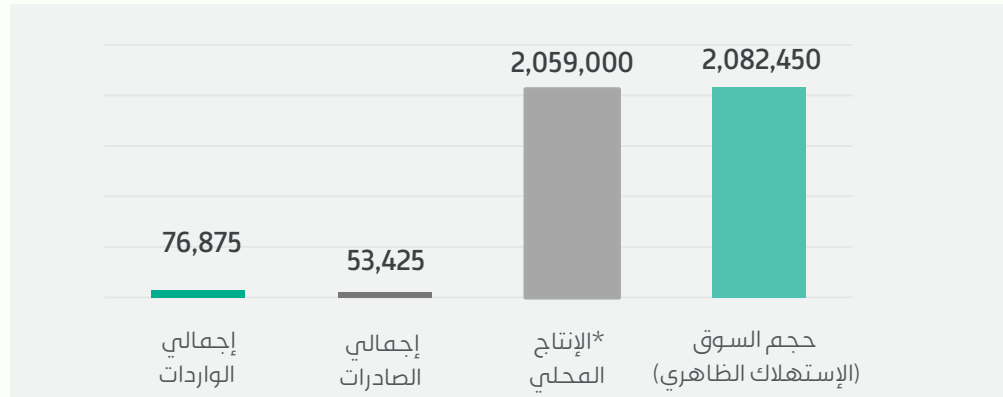
يشير إلى وضع جيد للمملكة من حيث حصتها في السوق المستهدف مقارنة بالمنافسين.

يشير إلى تفوق المنافسين بالرغم من تطابق التعرّف. مما يعني وجود معوقات أخرى بحاجة لدراسة وتحليل.

يشير إلى تفوق المنافسين بسبب تدني أسعار التعرّف المقروضة على المنافسين مقارنة بالمملكة.



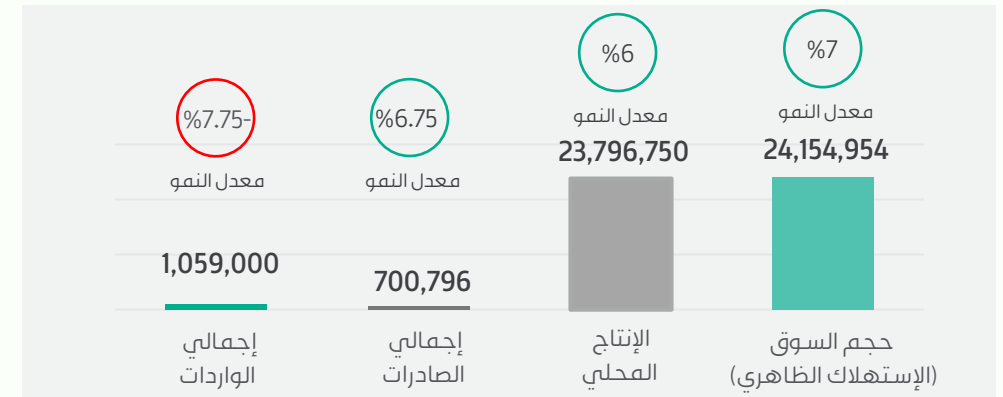
## بيانات السوق المحلي عام 2019م بالكمية (طن)



\* حجم السوق = (الإنتاج المحلي + الواردات) - الصادرات.



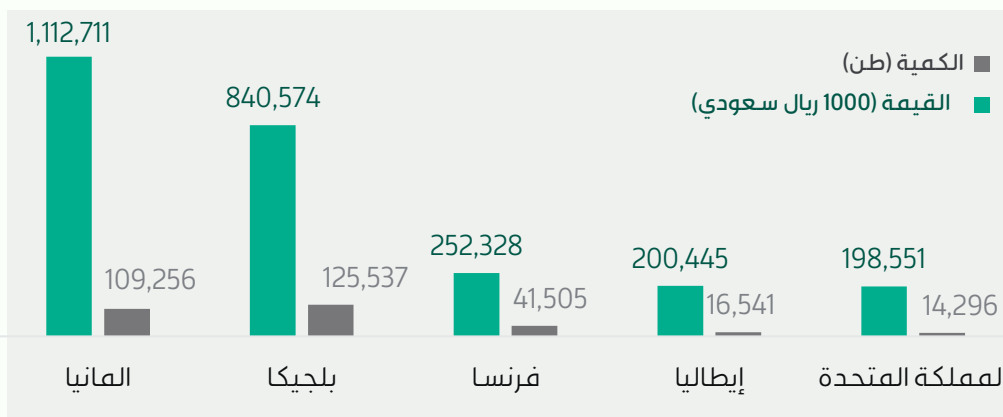
## بيانات السوق المحلي عام 2019م بالقيمة (1000 ريال)



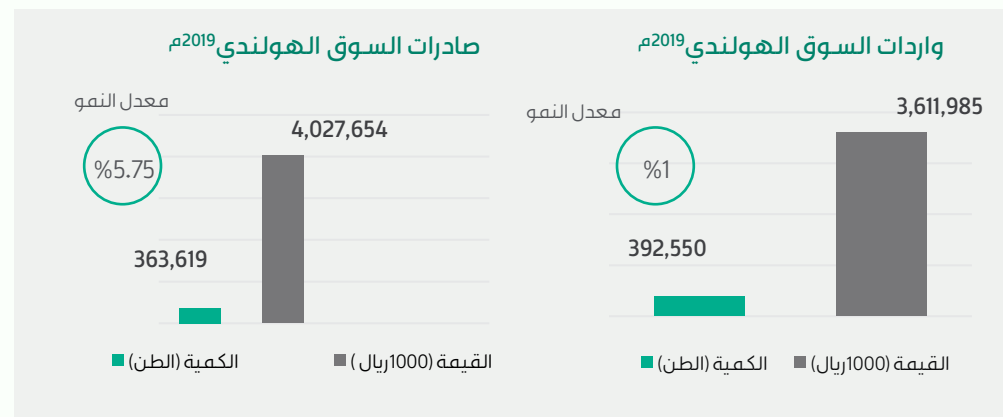
\* معدل النمو: بُني معدل النمو على آخر خمس سنوات (2015-2019).



## أكبر الدول التي تستورد منها هولندا المخبوزات (2019م)



## الميزان التجاري الهولندي للمخبوزات



## التموضع السعودي في المخبوزات

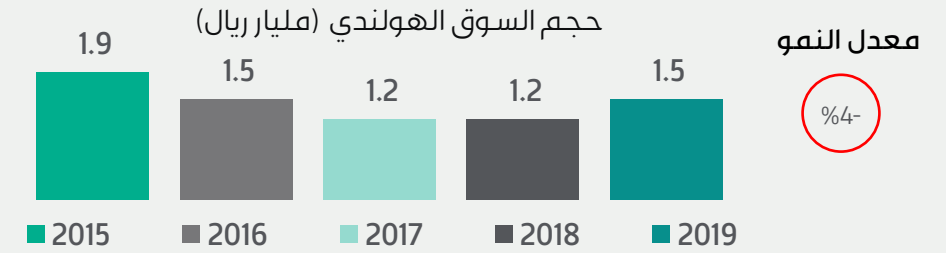
المرتبة 25 عالمياً بالصادرات

المرتبة 21 عالمياً بالواردات

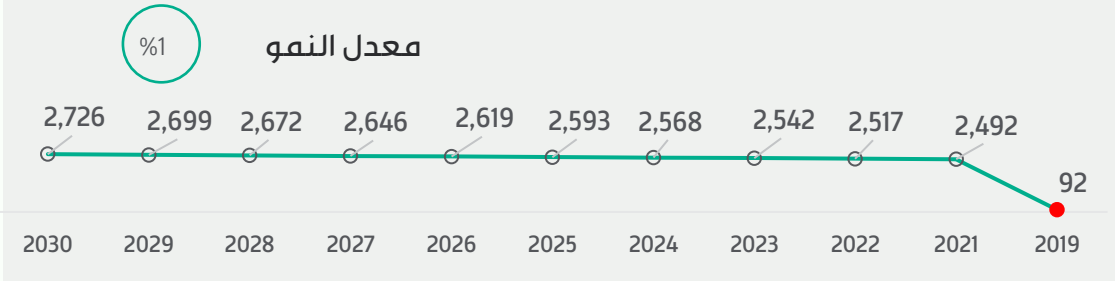


## المخبوزات - البيانات التجارية والمنافسة

حجم السوق الهولندي من المخبوزات لعام 2019م



الحصة السوقية المقترحة من (2021 - 2030)م (طن)



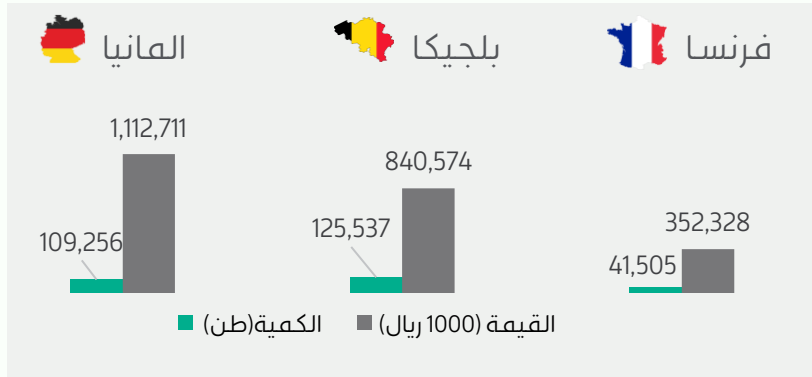
أبرز طرق الترويج

الإعلانات العامة في الطرق

الإعلانات المتلفزة  
NPO RTL

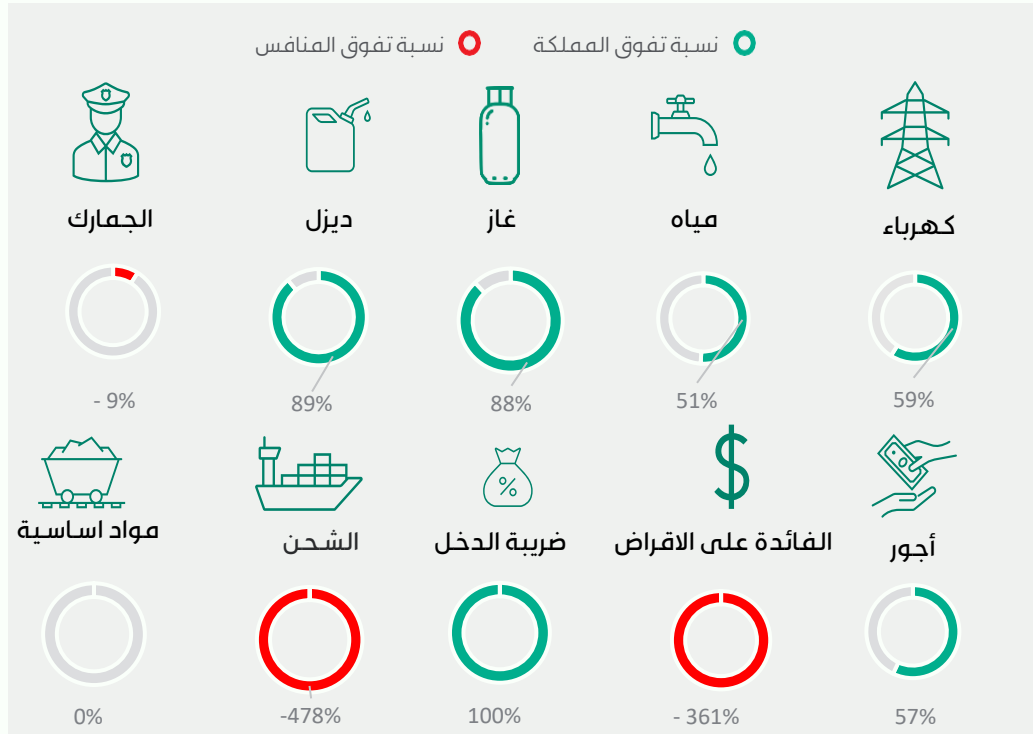
وسائل التواصل الاجتماعي  
f

## المنافسون في السوق الهولندي



صادرات المملكة من المخبوزات لهولندا 92 طن لعام 2019

المنافسة بين تكاليف الإنتاج والخدمات اللوجستية بين المملكة وأبرز المنافسين (ألمانيا)



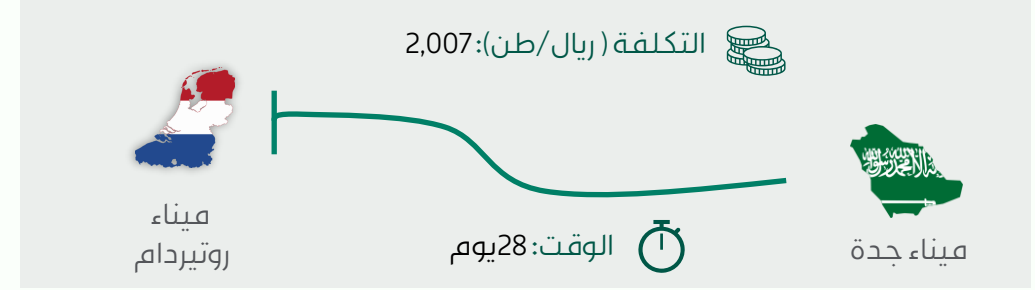
المراجع





## المخبوزات - استراتيجية التصدير واختراق السوق

### أفضل خط ملاحى بين المملكة وهولندا



### أبرز العوائق التصديرية للسوق الهولندي

تعتبر الرسوم الجمركية المفروضة على صادرات المملكة من منتجات المخبوزات للسوق الهولندي عائقاً حقيقياً لاختراقه؛ كون المنافسين في هذا السوق تربطهم مع البلد اتفاقيات تجارية.

### أبرز التحديات التصديرية

يوجد هناك تحديات كبيرة تواجه المُنتج السعودي في تكاليف الشحن بالمقارنة مع أبرز المنافسين في السوق الهولندي (الألماني والفرنسي والبلجيكي).

### أفضل استراتيجية للتصدير (التصدير والبيع من خلال الموزعين)

#### أسباب اختيار الاستراتيجية

- المنافسة العالية للمُنتجين الأجانب في السوق الهولندي.
- صعوبة الخروج من العقود المعمول بها في هولندا.
- سهولة التعامل مع العملاء المُحتملين من قبل السعودية؛ لوجود الخبرة السابقة مع العملاء الأجانب

### أبرز العملاء المحتملين في السوق الهولندي



Jfc holland b.v



Intersnack nederland b.v



Oriental holding europe

### تحليل الأسعار (الأسعار المقترحة) لأبرز المنتجات القابلة للتصدير

#### البسكويت

متوسط سعر البيع للمستهلك	متوسط سعر البيع للمستورد	متوسط سعر البيع FOB*/طن
9.0 ريال / 400 غم	8,625 ريال / طن	6,686 ريال / طن

#### الكيك

متوسط سعر البيع للمستهلك	متوسط سعر البيع للمستورد	متوسط سعر البيع FOB*/طن
6.7 ريال / 400 غم	4,050 ريال / طن	2,488 ريال / طن

#### البيتزا المجمدة

متوسط سعر البيع للمستهلك	متوسط سعر البيع للمستورد	متوسط سعر البيع FOB*/طن
10.5 ريال / 400 غم	10,750 ريال / طن	8,410 ريال / طن

- تم إجراء التحليل إعتماًداً على بيانات (2019 - 2020) م  
\* FOB: التسليم على ظهر الباخرة، بحيث تنتقل مخاطر هلاك أو تلف البضاعة إلى المشتري.

# القطاع المستهدف

يتم في هذا الجزء من التقرير وصف قطاع المخبوزات كفرصة تصديرية من حيث الأصناف، الخصائص، المواصفات والمقاييس العامة، طرق التعبئة والتغليف، مراحل الإنتاج، سلسلة الإنتاج وسلسلة الإمداد.

1.1 وصف وتطبيقات المنتج

1.2 أصناف المنتج

1.3 الخصائص الفنية للمنتج

1.4 المواصفات والمقاييس العامة

1.5 مراحل الإنتاج

1.6 سلسلة الإنتاج

1.7 سلسلة الإمداد

1



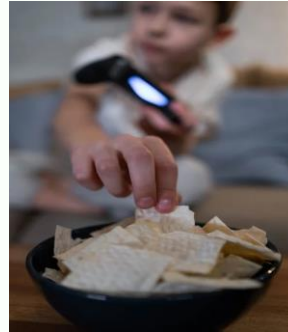
HS Code 190590

# 1.1 وصف وتطبيقات المنتج

نبذة عن المنتج وأهم تطبيقاته

◆ هو منتج غذائي يتكون من القمح أو الشعير أو الذرة ويمزج بالماء والملح والخميرة غالباً، ويعد مصدر غذائي رئيسي في أغلب دول العالم، أما البسكويت يعتبر من أصناف المطبخ الغربي وهو عجين يحلى بخلطه بالسكر أو الشوكولاته مع إمكانية إضافة محسنات للعجين وإنزيمات وأحماض عضوية مثل الستريك والكافوا ونخالة القمح.

## تطبيقات/إستخدامات المنتج



تسالي



وجبات خفيفة



وجبات الإفطار



مع المشروبات الساخنة



HS Code 190590

## 1.2 أنواع المنتج

الأصناف المدرجة ضمن رمز 190590

- |    |  |
|----|--|
| 01 | خبز عادي (19059010)                      |
| 02 | خبز الدايق (لمرضى السكري) (19059020)     |
| 03 | الخبز غير المخمر (19059091)              |
| 04 | فطائر (19059030)                         |
| 05 | حلويات شرقية (19059040)                  |
| 06 | حلويات غربية (كيك، جاتو، إلخ) (19059050) |
| 07 | بسكويت عادي وإن كان مملحاً (19059093)    |
| 08 | منتجات المخبوزات المغلفة (19059070)      |

HS Code 190590

## 5.1.3 أبرز المنتجات القابلة للتصدير

المنتجات القابلة للتصدير من المملكة الى هولندا بناءً على مدة صلاحيتها

- يمتاز قطاع المخبوزات بالتنوع الكبير للمنتجات التي يتضمنها. لذلك لا بد من التركيز على المنتجات القابلة للتصدير من حيث: أن يكون المنتج يصنع محلياً، وأن يكون المنتج يملك مدة صلاحية كافية للتصدير.
- تبلغ المسافة البحرية بين المملكة العربية السعودية وهولندا 4480 كم، لذلك نظراً للبعد الجغرافي والمدة الزمنية الطويلة، يُشترط أن تكون المنتجات ذات صلاحية طويلة كافية للتصدير.

❖ أهم منتجات القطاع القابلة للتصدير

3-4 أيام	الخبز والفطائر
2-6 أسابيع	التصيرة
شهر +2.5	الكروسان
3 أشهر	كب كيك
شهر +6	الكيك المغلف
شهر +12	المعمول
شهر +6	البسكويت المحمص
شهر +12	البسكويت المحشي

المدة الزمنية المتوقعة  
لصلاحية بعض منتجات  
القطاع



المعمول



البسكويت بالتمر



البسكويت المحشي



بسكويت النخالة



الكيك المغلف

HS Code **190590**

## 1.4 الخصائص الفنية لمنتج المخبوزات

أهم الخصائص الغذائية لمنتجات المخبوزات في السوق المحلي

❖ تعتبر الخصائص الغذائية لمنتجات المخبوزات في السوق المحلي مماثلة للخصائص الغذائية في السوق الهولندي.



### الفيتامينات والأملاح المعدنية

- الصوديوم
- فيتامين أ
- فيتامين ج
- كالسيوم
- الحديد

### الإضافات الغذائية

- البروتينات
- الدهون المشبعة
- الدهون المحولة
- الكوليسترول
- الملونات

### الصلاحية

شهر إلى 12 شهراً

### منتج حلال

صالح للإستهلاك  
الإسلامي

HS Code **190590**

# 1.5 أشهر المواصفات والمقاييس العامة

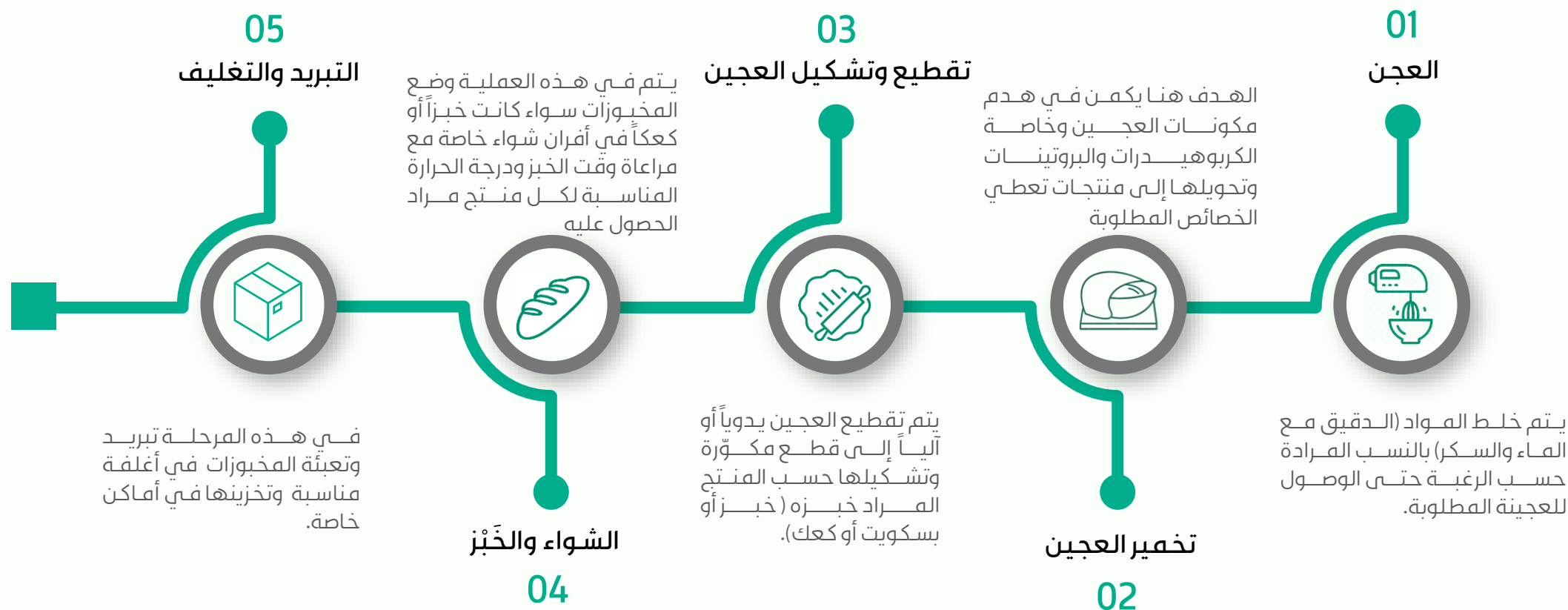
أهم شهادات الجودة التي يجب أن يحققها المنتج

<p><b>02</b> ISO 22000</p> <p>تحديد البروتين والدهون والجوامد الكلية في الحليب السائل</p>	<p><b>01</b> ISO 6820</p> <p>إرشادات عامة في صياغة اختبارات صنع الخبز</p>
<p><b>04</b> HACCP</p> <p>شهادة تحليل المخاطر والنقاط الحرجة</p>	<p><b>03</b></p> <p>شهادة منتجات حلال</p>

# 5.1.6 مراحل الإنتاج

مراحل إنتاج المخبوزات

HS Code 190590





# 1.7 سلسلة الإمداد

نبذة عن سلسلة إمداد المنتج في المملكة العربية السعودية



01

المواد الخام

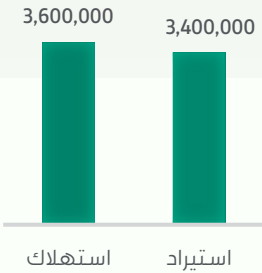
تمتلك السعودية مخزوناً ضخماً من القمح لضمان عدم نفاذ الاحتياطي العام للدولة؛ حيث أن الطاقة التخزينية للمملكة تقدر بنحو **3.3** مليون طن، ومع وجود مخزون كافٍ من القمح إلا أن إنتاج المملكة يعد منخفضاً نسبياً لندرة المياه حيث كان الإنتاج **512,000** طن في عام 2018م حيث انخفض حجم الإنتاج بمقدار **103,000** طن عن 2017م.



التزويد

02

نظراً لانخفاض نسبة إنتاج المملكة من القمح كان لا بد من تعويض الكمية عن طريق الاستيراد، حيث تستورد المملكة ما يقارب **3.4** مليون طن من القمح، و بناءً على تقارير "فيتش سلوشن" فإن المملكة استهلكت ما يقارب **3.6** مليون طن من القمح في عام 2018م و **3.7** مليون طن في عام 2020م.



03

التصنيع

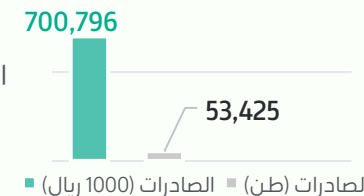
بلغ عدد المصانع في المملكة للمخبوزات ما يقارب 200 مصنع، في حين بلغت الطاقة الإنتاجية للمصانع في المملكة (المستخدمة للقمح كمادة أساسية لمنتجاتها) **2,059,000** طن

04

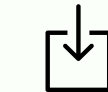


التصدير

بلغت صادرات المملكة من منتجات المخبوزات ما يقارب الـ **53,425** طن.

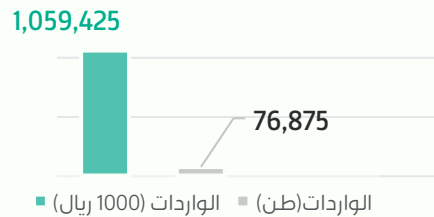


05



الإستيراد

بلغت واردات المملكة من منتجات المخبوزات ما يقارب الـ **76,875** طن.





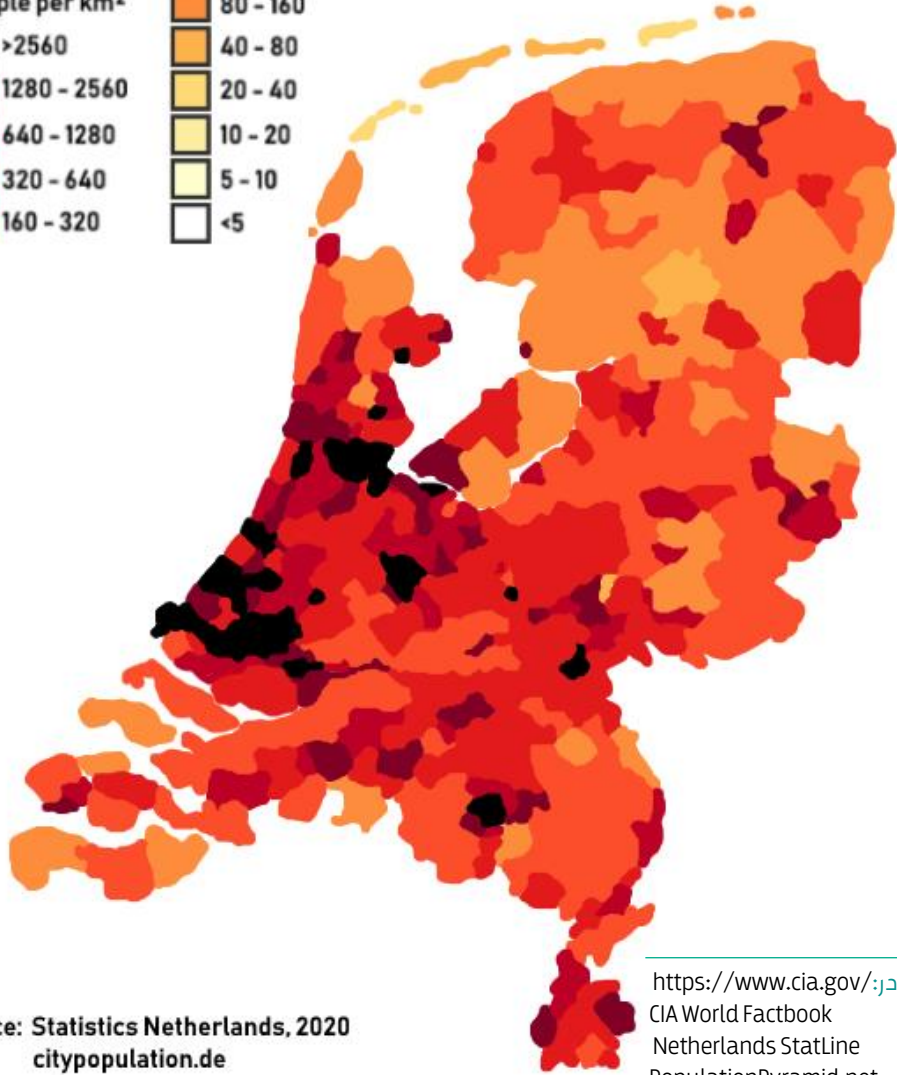
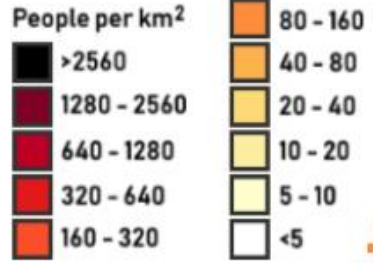
2

## تحليل المستهلك

يتم في هذا الجزء تحليل البيانات الديموغرافية وثقافة المستهلك في السوق المستهدف، بحيث تتضمن أهم المواصفات والميزات التي يرغب المستهلكون الهولنديين بتواجدها في المنتج

البيانات الديموغرافية 2.1

ثقافة المستهلك 2.2



Source: Statistics Netherlands, 2020  
citypopulation.de

المصادر: <https://www.cia.gov/>  
CIA World Factbook  
Netherlands StatLine  
PopulationPyramid.net

## 2.1 البيانات الديموغرافية

هولندا - المخبوزات

### عدد السكان (هولندا 2020م)

17,134,873 نسمة

### الديانات

23.6%	الروم الكاثوليك
14.9%	بروتستانت
5.1%	مسلمين
5.6%	هندوسي بوذي يهود
1.5%	اليهود المحافظين
50.7%	ملحدين

### العرب المقيمون في هولندا

البلد	العدد (نسمة)
المغرب	380,755
العراق	55,236
مصر	22,700
سوريا	22,568
تونس	9,243
الجزائر	8,064
لبنان	5,592
المملكة العربية السعودية	2,198
الكويت	1,759
الأردن	1,627
<b>الإجمالي</b>	<b>509,742</b>

HS Code 190590

## أشهر المخبوزات الهولندية



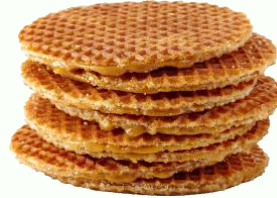
Kaasstengels



Gevulde koek



Speculaas



Stroopwafel



Kletskop



Taai-taai



Pepernoot



Krakeling



Bitterkoekjes



Kruidnoten

## 2.2 ثقافة المستهلك

هولندا - المخبوزات

- ❑ يفضل الشعب الهولندي تغليف منتج البسكويت في طبق كرتون أو قصدير موضوعة داخل غلاف بلاستيكي. كما ويفضل تغليف منتج الكروسان داخل طبق من الكرتون ويكون الغلاف شفافاً.
- ❑ يفضل الشعب الهولندي أن تكون اللغة المطبوعة على غلاف المنتج هي اللغة الإنجليزية أو الألمانية.
- ❑ إستناداً لواردات هولندا من العالم فإن المنتجات المفضلة للشعب الهولندي هي المنتجات قليلة السكر، حيث تستورد هولندا بنسبة 43% من (بيتزا غير محلاه وبيتزا بنسبة سكر أقل من 5%) من مجمل استيراد القطاع.



# الإنتاج المحلي

يتم في هذا الجزء من التقرير تحليل إنتاج المملكة من المنتج المستهدف وعرض لأبرز المنتجين المحليين وطاقاتهم الانتاجية

أبرز المنتجين المحليين 3.1

الدول التي يُصدر لها أبرز المنتجين المحليين 3.2

الطاقات الإنتاجية 3.3

3





## 5.3.1 أبرز المنتجين المحليين

السعودية				
<p>الشركة الوطنية لصناعة البسكويت والحلويات (البسكويت الوطني)</p> 	<p>مصنع السلطان للخبز والفطائر (فسحتي)</p> 	<p>المراعي</p> 	<p>مصنع شركة صناعات الأغذية المتحدة (ديمه)</p> 	<p>شركة الراشد للأغذية المحدودة</p> 
البسكويت - فشار - بطاطس - معمول - ويفر	البسكويت - الكيك - الخبز - الفطائر	الخبز - كب كيك - الفطائر - الكروسان	البسكويت - الشكولاتة - الكيك - الحلوى - الوجبات الخفيفة	الكيك - الخبز - التورتيللا - المعجنات - البسكويت
قامت الشركة بتطوير الإنتاج لديها حيث أصبحت تستهدف ما يقارب 25 سوقاً دولياً	قامت الشركة بتطوير مصنع الخبز والفطائر لديها بأحدث المعدات والخطوط الآلية الإيطالية والفرنسية والسويسرية لتحقيق أهم المعايير العالمية في الإنتاج	بدأت الشركة بالتوسع خارج دول مجلس التعاون الخليجي عام 2009م، وما زال هذا التوسع مستمراً حتى أصبحت منتجات الشركة توزع في أكثر من 100 ألف محل تجزئة حول العالم .	تحتل الشركة المرتبة الثانية بالإحتفاظ بالعلامة التجارية للبسكويت	تمتلك الشركة حالياً أكثر من 15 خط إنتاج موزع على أربعة مدن نظراً للتوسعات التي قامت بها الشركة
<a href="https://www.nbcc.com.sa/">https://www.nbcc.com.sa/</a>	<a href="http://factory.alsalman.com.sa/">http://factory.alsalman.com.sa/</a>	<a href="https://www.almarai.com/">https://www.almarai.com/</a>	<a href="http://www.deemah.com">www.deemah.com</a>	<a href="http://yaumi.com/">http://yaumi.com/</a>
+966 126360606	+966 163220166	+966 (11) 470 0005	+966 12652000	+966 112651394
<a href="mailto:info@nbcc.com.sa">info@nbcc.com.sa</a>	<a href="mailto:fosshati@alsalman.com.sa">fosshati@alsalman.com.sa</a>	<a href="mailto:info@almarai.com">info@almarai.com</a>	<a href="mailto:admin@deemah.com">admin@deemah.com</a>	<a href="mailto:info@alrashedfood.com">info@alrashedfood.com</a>
جدة - المدينة الصناعية الرابعة	منطقة القصيم - بريدة - المدينة الصناعية الأولى	الرياض - حي الإزدهار - مخرج 7	الرياض - المدينة الصناعية الثانية	الرياض - المنطقة الصناعية الجديدة



HS Code 190590

## 3.2 الدول التي يُصدر لها أبرز المنتجين المحليين

الدول المستهدفة من قبل المنتجين السعوديين



الشركة الوطنية لصناعة البسكويت والحلويات  
(البسكويت الوطني)



مصنع السلمان  
للخبز والفطائر  
ALSALMAN FACTORY FOR BREAD AND PASTRY



الراشد للأغذية  
Al Rashed Food

الشرق الأوسط  
دول الخليج العربي  
أفريقيا  
أمريكا الشمالية  
أوروبا  
أستراليا

المملكة العربية السعودية

الأردن  
الكويت  
لبنان  
ليبيا  
الباكستان  
الصومال  
الإمارات العربية المتحدة  
اليمن

الشرق الأوسط  
آسيا  
أفريقيا  
أمريكا الشمالية  
أوروبا  
أستراليا

دول مجلس التعاون الخليجي  
الشرق الأوسط



## 3.3 حجم إنتاج المملكة من المخبوزات

حجم الإنتاج للمملكة وأبرز المصانع المحلية لقطاع المخبوزات

#	اسم المصنع	الطاقة الإنتاجية (طن)
1	مصنع شركة المخابز الغربية (المراعي)	*150,000
2	مصنع شركة صناعات الأغذية المتحدة (ديمه)	**120,000
3	الشركة الأهلية للصناعات الغذائية (أمريكانا)	1,789,000
4	الشركة الوطنية لصناعة البسكويت والحلويات المحدودة (تيشوب وميموريز)	
5	فرع شركة سيد الخبازين السعودية المحدودة	
6	مصنع السلطان للخبز والفطائر (فسحتي)	
7	مصنع الجزيرة لتعبئة المواد الغذائية	
8	مصنع شركة الراشد للأغذية (يومي)	
9	مجموعة السنبلة	
10	شركات أخرى	

الإنتاج المحلي 2019م  
2.059 مليون طن



عدد المصانع الإجمالي  
200+ مصنع



\* يبلغ إنتاج شركة المراعي 2.5 مليار قطعة سنوياً وبحساب متوسط وزن القطعة 60غ بلغت الطاقة الإنتاجية 150 ألف طن سنوياً.  
\*\* بلغ إنتاج شركة صناعات الأغذية المتحدة 72 ألف طن في عام 2012م وباستخدام معدل النمو للسوق بلغ الإنتاج 120 ألف طن في عام 2019م.

# الركائز التصديرية

يتم في هذا الجزء من التقرير تحليل كيفية توزيع نسب الصادرات من كل قطاع فرعي أو قطاع فرعي نهائي، من أجل معرفة أعمق لهيكلية وتناسق عمليات التصدير لكل قطاع فرعي بالنسبة لمجمل صادرات القطاع، والهدف من هذا التحليل هو تحديد أي خلل من خلال وجود ركائز تصديرية تستحوذ على نصيب أكبر من ركائز اخرى وبالتالي تُحدث خلل أو فجوة في تلبية طلب أسواق جديدة لهذه القطاعات.

4.1 تحليل الركائز التصديرية

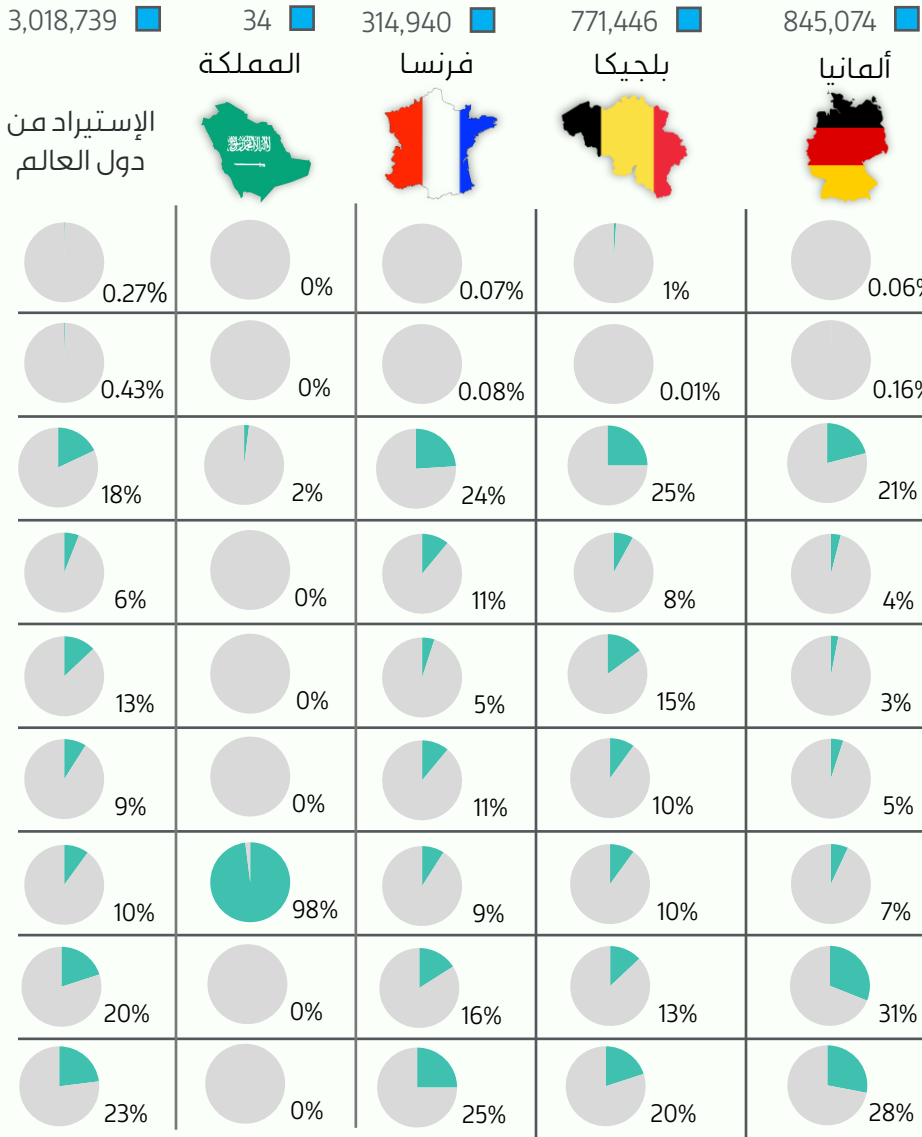
4.2 نتائج تحليل الركائز التصديرية

4.3 أبرز المنتجات القابلة للتصدير

# 4.1 تحليل الركائز التصديرية على مستوى القطاعات الفرعية النهائية

■ النسب المذكورة من عام (2015-2019)م  
■ قيمة الإستيراد (1000 ريال سعودي)

## واردات هولندا من مجمل تصدير القطاع

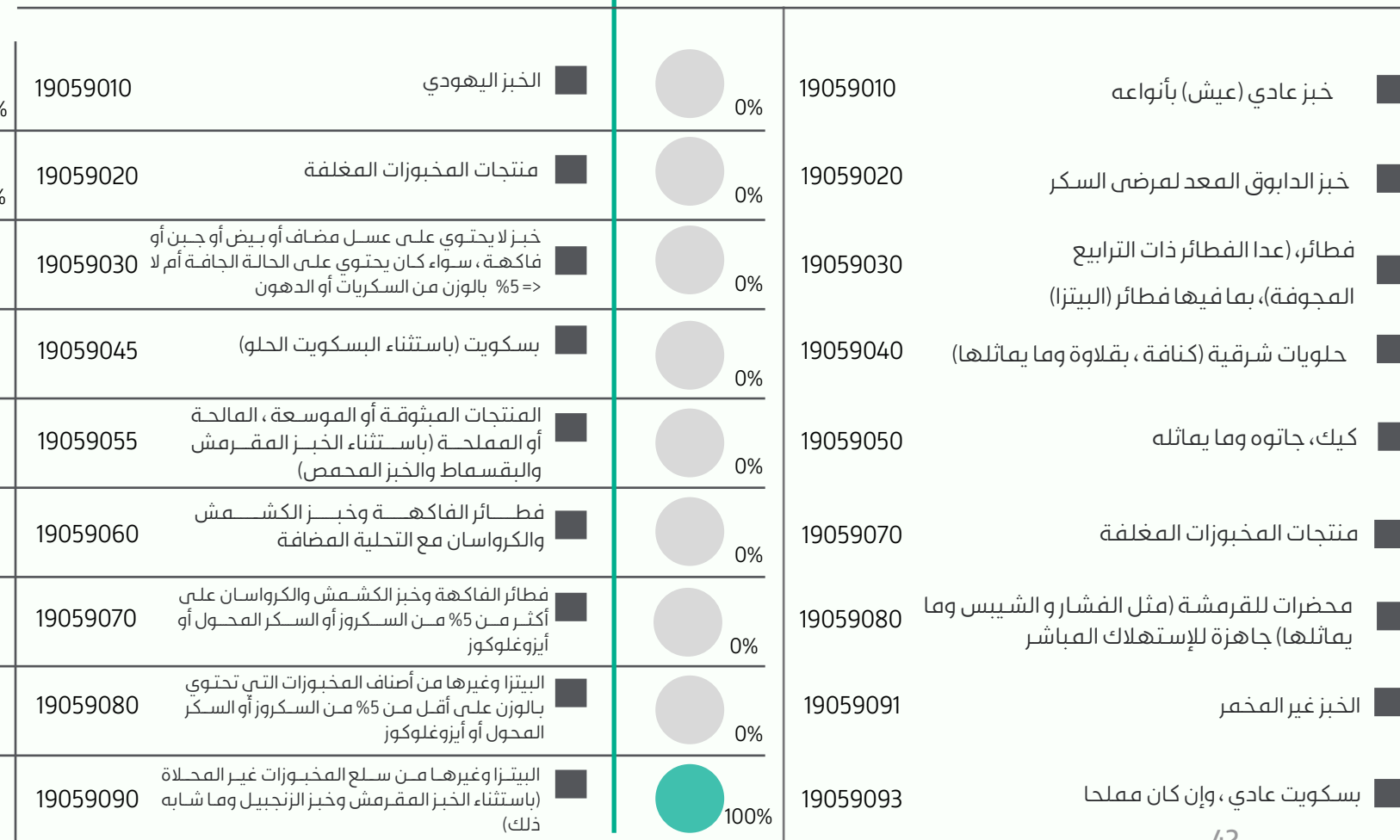


\*يظهر في تحليل الركائز التصديرية تفاوت في الرمز المنسق بين المملكة و هولندا، وتباين في بياناتهم المذكورة لذلك تم توضيح البيانات بناءً على صادرات و واردات البلدين.

المنتجات الفرعية التي تستوردها هولندا من دول العالم

## صادرات المملكة إلى هولندا من مجمل تصدير القطاع

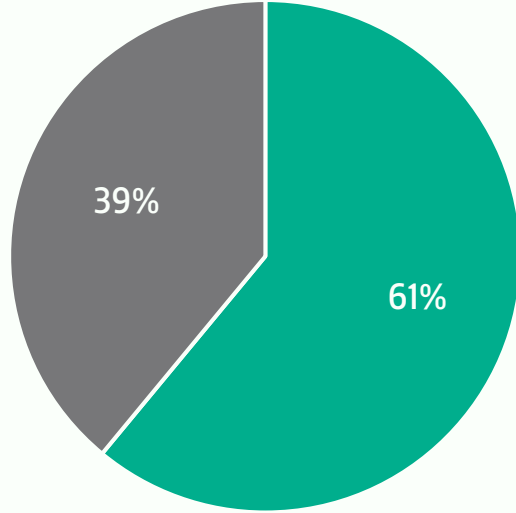
المنتجات الفرعية التي تصدرها المملكة إلى هولندا 565.5



HS Code 190590

## 4.2 نتائج تحليل الركائز التصديرية على مستوى القطاعات الفرعية النهائية

هولندا - المخبوزات



البسكويت

المنتجات المخبوزة أو الموصلة، المالحه أو المملحة

فطائر الفاكهة وخبز الكشمش والكرواسان مع التحلية المضافة

البييتزا المحلاه

البييتزا غير المحلاه

الخبز غير المحتوي على عسل او بيض

- يظهر من تحليل الركائز التصديرية أن المنتجات الفرعية التالية تمثل 61% من واردات هولندا لرمز (190590)
  - البييتزا المحلاه وغير المحلاه وهي معروفة تجارياً (البييتزا المجمدة) - (19059080، 19059090)
  - الخبز غير المحتوي على عسل أو بيض - 19059030
- تشكل البييتزا المجمدة 43% من مجمل واردات هولندا من الرمز (190590)، وهذا يعني أن المنتج يعتبر فرصة تصديرية جيدة للمملكة.
- يشكل الخبز غير المحتوي على عسل أو بيض 18% من مجمل واردات هولندا من الرمز (190590)، لكن هذا المنتج مدة صلاحيته قصيرة وبالتالي لا يعتبر فرصة تصديرية.

- هناك أربعة منتجات فرعية تمثل 39% من مجمل واردات هولندا لرمز (190590)
  - البسكويت - 19059045
  - المنتجات المخبوزة أو الموصلة، المالحه أو المملحة (19059055)
  - فطائر الفاكهة وخبز الكشمش والكرواسان مع التحلية المضافة (19059060-19059070)
- يمثل البسكويت 6% من مجمل واردات هولندا من العالم من الرمز (1905909)، وبالتالي يعتبر البسكويت فرصة تصديرية جيدة للمملكة.
- بقية المنتجات الفرعية من الرمز (190590) تمثل 33% من مجمل واردات هولندا من العالم، منها الكيك المغلف الذي يعتبر فرصة تصديرية جيدة ولكن باقي المنتجات تعتبر مدة صلاحيتها قصيرة ولا تعتبر فرص للتصدير.



HS Code 190590

## 4.3 أبرز المنتجات القابلة للتصدير

المنتجات القابلة للتصدير من المملكة الى هولندا بناءً على تحليل الركائز وعلى مدة صلاحيتها

بناءً على واردات هولندا من منتجات المخبوزات التي تم توضيحها في تحليل الركائز التصديرية، تم تحديد المنتجات القابلة للتصدير من المملكة الى هولندا لمنتجات المخبوزات.

أهم المنتجات القابلة للتصدير  
ومدة صلاحيتها

الكيك المغلف



+12 شهر

البيتزا المجمدة



+12 شهر

البسكويت



12-6 شهر

من خلال تحليل الركائز تبين أن بعض المنتجات التي تستوردها هولندا من المنافسين هي منتجات ذات صلاحية قصيرة نسبياً وهي لا تعتبر فرص مجددة للقُصود السعودي.

نظراً لبعدها المسافة بين المملكة و هولندا، على القُصود تحديد منتجات ذات مدة صلاحية طويلة تزيد عن 6 أشهر لتتحمل طول فترة الشحن بين الدولتين.



5

## السعة التصديرية

في هذا الجزء من التقرير يتم تحليل و دراسة قدرة المملكة على التصدير من المنتج المستهدف ومقارنتها بأكبر الدول الرائدة في تصدير المنتج.

- |     |  |
|-----|--|
| 5.1 | تحليل السعة التصديرية  |
| 5.2 | السعة التصديرية حسب قراءتها الرياضية                             |
| 5.3 | مؤشر السعة التصديرية للمملكة والعشر دول الأعلى إنتاجاً في العالم |
| 5.4 | مخطط السعة التصديرية ونسبة الصادرات للإنتاج المحلي               |
| 5.5 | تحليل مؤشر السعة التصديرية للمملكة                               |

## 5.1 تحليل السعة التصديرية

إذا كان مؤشر **السعة التصديرية** أقل أو يساوي صفر (**صفر أو سالبا**) في بلد ما وفي منتج معين فهذا لا يعني أنها غير مُنتجة محلياً بل يكون بسبب وجود اضطراب كبير للسوق من حيث الإنتاج المحلي وحجم السوق كماً ونوعاً، ويعود ذلك لنقصان أو مساواة **الإنتاج المحلي** لحجم السوق مع كون البلد مُصدراً، وهذه الحالة تظهر لأسباب عديدة أهمها:

- إغراق السوق بسبب عدم قدرة المُنتج المحلي على المنافسة فيلجأ إلى التصدير، وفي المقابل يتم إغراق السوق من قبل المنافسين الدوليين.
- إنتاج البلد لبعض المُنتجات (مواصفات محددة) في هذا المنتج وعدم إنتاجها لمنتجات أخرى فتقوم بتعويضها بالاستيراد.
- أن يكون المنتجون المحليون شركات استثمار اجنبية متعددة الجنسيات (Green investment) يكون هدفها الإنتاج والتصدير لأسواقها الخارجية مع تغطية بسيطة جدا للسوق المحلي.
- إذا كان البلد غير مُنتج لمنتج معين فأن مؤشر السعة التصديرية يكون غير معرفاً.
- مؤشر السعة التصديرية لا يُعبر عن واقع التصدير لبلد معين في منتج معين بل يعبر عن القابلية والإمكانية التي يملكها للتصدير، فقد تكون دولة ما في منتج معين ذات أعلى مؤشر سعة تصديرية ولكنها ليست بالضرورة تكون أعلى مصدر فعلي للمنتج، لكن في المجمل يكون هناك تقارب ملحوظ بين سعة الدولة التصديرية وواقع التصدير الحقيقي لها.
- لا يمكن أن يكون مُؤشر السعة التصديرية أعلى من 100% وهي حالة لا تحصل الا إذا كانت قيمة الصادرات أعلى من مجموع الواردات والإنتاج المحلي معا وهذا غير واقعي.

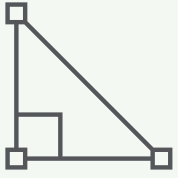
### تحليل السعة التصديرية:

يعبر عن قدرة الدولة على التصدير، وهي تساوي:  
**(الإنتاج المحلي - حجم السوق) / الإنتاج المحلي.**

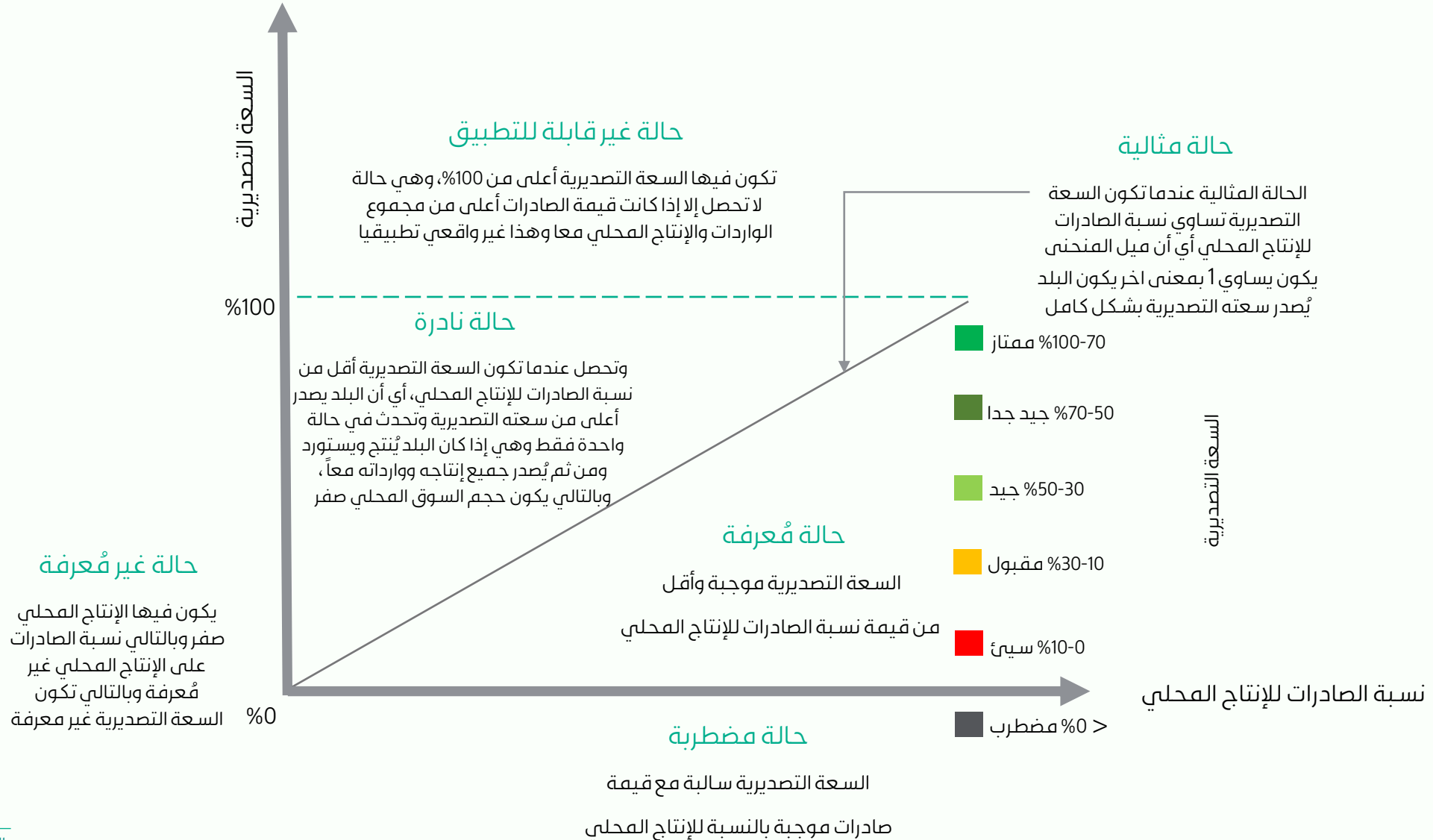
**\*حجم السوق = الإنتاج المحلي + الواردات - الصادرات**

كلما زاد **مُؤشر السعة التصديرية** كلما كانت  
إمكانية وقابلية التصدير لهذا البلد أعلى،  
**والعكس صحيح.**





## 5.2 حالات مؤشر السعة التصديرية حسب قراءتها الرياضية:



## 5.3 مؤشر السعة التصديرية للمملكة والعشر دول الأعلى تصديراً إلى هولندا 2019م

تحليل السعة التصديرية للسعودية وأكبر عشرة مصدريين في العالم

الدول	الإستيراد (طن)	التصدير (طن)	الإنتاج المحلي (طن)	حجم السوق	نسبة الواردات للإنتاج المحلي %	نسبة الصادرات للإنتاج المحلي %	مؤشر السعة التصديرية %	السعة التصديرية (طن)	تقييم السعة التصديرية
ألمانيا	637,454	1,124,217	10,046,916	9,560,153	6.34%	11%	5%	486,763	سيء
بلجيكا	282,104	491,340	613,384	404,148	46%	80%	34%	209,236	جيد
فرنسا	479,481	647,541	4,425,415	4,257,355	11%	15%	4%	168,060	سيء
إيطاليا	231,892	419,954	6,761,321	6,573,259	3%	6%	3%	188,062	سيء
المملكة المتحدة	785,318	226,200	5,261,347	5,820,465	15%	4%	-11%	(559,118)	مضطرب
إسبانيا	198,924	350,407	2,767,886	2,616,403	7%	13%	5%	151,483	سيء
الصين	46,127	111,082	6,416,650	6,351,695	1%	2%	1%	64,955	سيء
هولندا	49,227	218,343	2,783,348	2,614,232	2%	8%	6%	169,116	سيء
تايلاند	15,882	45,343	1,287,000	1,257,539	1%	4%	2%	29,461	سيء
الولايات المتحدة الأمريكية	1,131,671	564,032	17,359,514	17,927,153	7%	3%	-3%	(567,639)	مضطرب
المملكة العربية السعودية	76,875	53,425	2,059,000	2,082,450	4%	3%	-1%	(23,450)	مضطرب

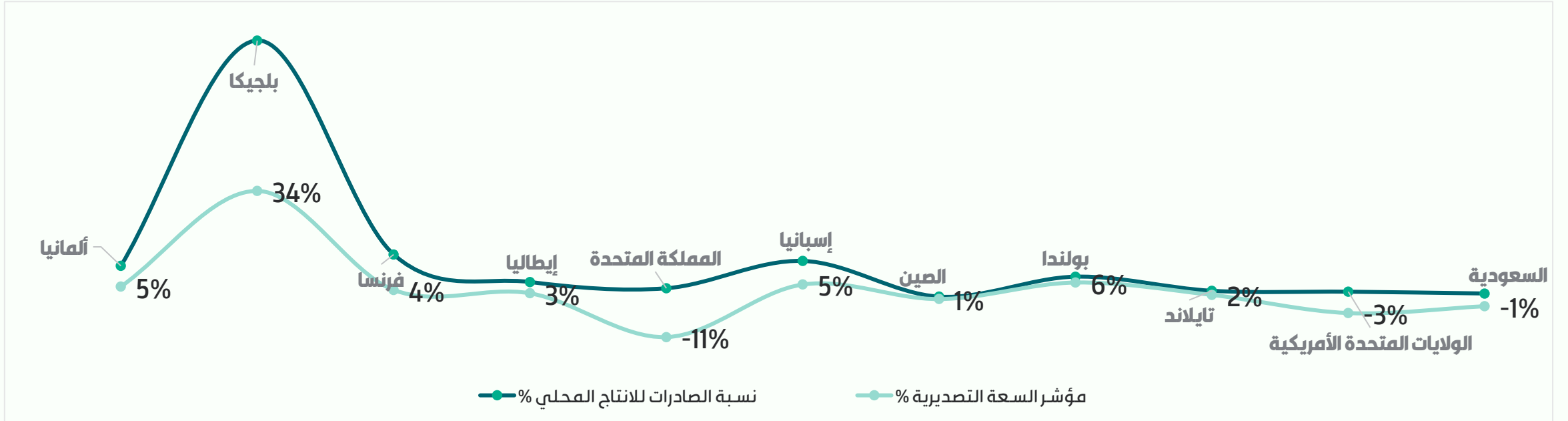
100-70% ممتاز 70-50% جيد جدا 50-30% جيد 30-10% جيد منخفض 10-0% سيء > 0% مضطرب

يستنتج الأداء التصديري للبلد بمقارنة مؤشر السعة الأداء التصديري، نقوم بمقارنة مؤشر السعة التصديرية ونسبة الصادرات للإنتاج المحلي. فكما يتضح فإن الفرق بينها يُعبر عن نسبة الواردات للإنتاج المحلي، وهذا يعني أنه كلما قل الفرق كلما كان الأداء التصديري أفضل. والحالة المثالية هي أن يكون الفرق صفراً بحيث يُلبي الإنتاج المحلي السوق بالكامل. وهناك دول اقتربت من هذه الحالة المثالية وهي **تايلاند والصين** بفرق 1% فقط.



## 5.4 مخطط السعة التصديرية ونسبة الصادرات للإنتاج المحلي

نتائج التحليل والإستنتاجات

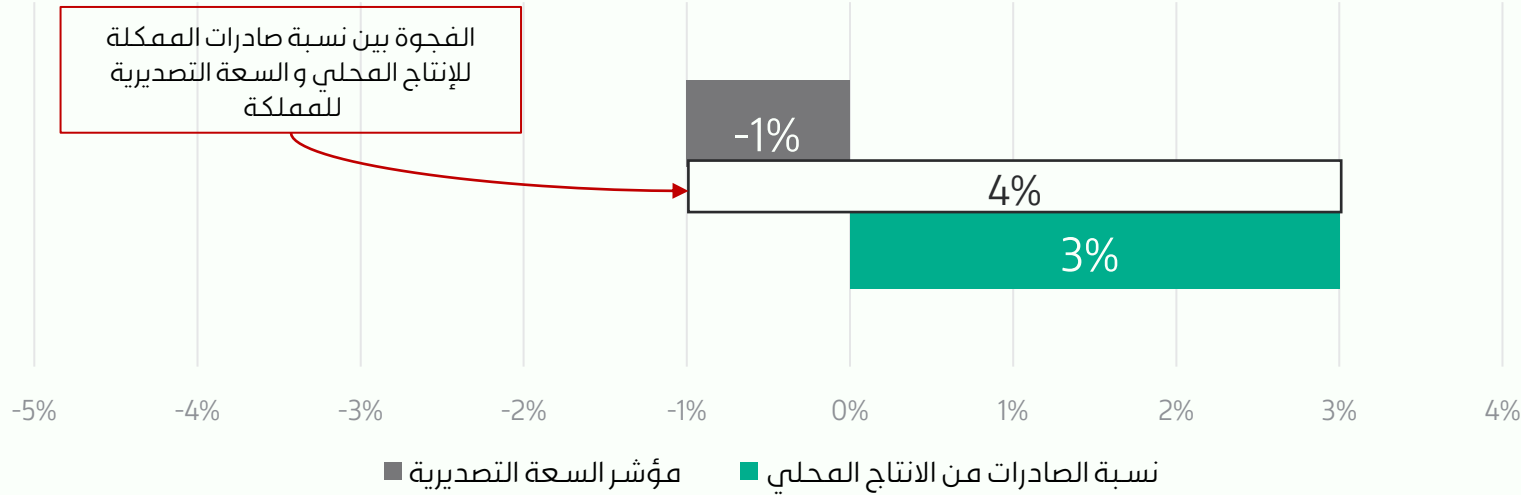


- يوضح الرسم البياني السعة التصديرية ونسبة الصادرات للإنتاج المحلي، ويبين الرسم أن المسافة بين المنحيين يتم تعويضها بالإستيراد، وكلما قلت يدل على شمولية إنتاج البلد من كافة المنتجات وعدم الإستيراد من الخارج لتعويض نقص الإنتاج كماً ونوعاً.
- يظهر الرسم أن غالبية الدول لديها فجوة بسيطة متفاوتة لكن لا تصل إلى مرحلة الإضطراب بإستثناء الأسواق (البريطانية، الأميركية، السعودية) أظهرت اضطراباً وذلك لإستيرادها أصناف مختلفة لا يقوم المنتجين المحليين بإنتاجها وذلك للتنوع الكبير للمنتجات المدرجة ضمن هذا الرمز.

## 5.5 تحليل مؤشر السعة التصديرية للمملكة (2019م)

نتائج التحليل والإستنتاجات للسعة التصديرية للمملكة العربية السعودية.

### تحليل مؤشر السعة التصديرية للمملكة



من الواضح ان هناك فجوة بين نسبة صادرات المملكة من إنتاجها المحلي وبين السعة التصديرية بنسبة 4% ، حيث تبلغ السعة التصديرية -1% ، وهذا يظهر اضطراباً في السوق . ويعود الاضطراب في السوق نتيجة إستيراد ما نسبته 4% من الإنتاج المحلي، ويعزى السبب الى أن المملكة لا تنتج مواصفات او أنواع محددة من منتجات المخبوزات من قبل المنتجين المحليين لكثرة أنواعها ومواصفاتها، فيقوم السوق المحلي بإستيرادها من الخارج. والجدير بالذكر أن هناك تنوع كبير في المنتجات المدرجة ضمن هذا الرمز.

يعود السبب وراء استيراد كميات كبيرة من هذه المنتجات هو لجوء تجار قطاع التجزئة إلى استراتيجيات مناسبة تميزهم وتضمن لهم البقاء كمنافسين واستحواذهم على حصص سوقية مناسبة. لذا يركز البعض في استراتيجيات البيع على التنوع والتفرد من حيث الجودة والمواصفات فيقوم بعرض منتجات أغلبها مستورد لا توجد في أي محال بيع أخرى. ومن أبرز الدول التي تستورد منها المملكة هذه المنتجات هي الإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية،

أبرز العلامات التجارية الأجنبية الموجودة في السوق المحلي من منتجات المخبوزات



# 6

## تحليل المنافسة

يتم في هذا الجزء تحليل المنافسة الداخلية والخارجية في السوق المستهدف وتحليل التكاليف التشغيلية واللوجستية مع أبرز المنافسين

تحليل المنافسين المحليين 6.1

المنافسين الدوليين في السوق الهولندي 6.2



# 6.1 تحليل المنافسين المحليين

الشركات الهولندية التي تنافس المملكة العربية السعودية في إنتاج المخبوزات

اسم الشركة	Dapeppa	Lotus bakeries	Van der meulen hallum b.V.	Nora Biscuits	De Kroes	Banketbakkerij Merba B.V.	Bolletje
عدد الأفرع	1	47	6	2	9	6	4
المبيعات (مليون ريال)	3.75	137.5	111	24.675	36.6	502.125	348.75
المجال	تصنيع البسكويت و الكيك	تصنيع البسكويت و الكيك	تصنيع البسكويت و الكيك	تصنيع البسكويت و الكيك	تصنيع البسكويت و الكيك	تصنيع الكوكيز	تصنيع البسكويت و الكيك و الكوكيز
الموقع الإلكتروني	<a href="https://www.dapeppa.nl/">https://www.dapeppa.nl/</a>	<a href="https://www.lotusbakeries.com">https://www.lotusbakeries.com</a>	<a href="http://www.demeesterbakkers.nl/">http://www.demeesterbakkers.nl/</a>	<a href="https://nora.nl/">https://nora.nl/</a>	<a href="https://www.dekroesbv.com/aperitifs/">https://www.dekroesbv.com/aperitifs/</a>	<a href="https://merba.com/en/contact/">https://merba.com/en/contact/</a>	<a href="https://bolletje.nl/">https://bolletje.nl/</a>
الهاتف	0031-650845644	0031-228313888	31518438200	0031(0)43 408 34 34	31162498800	0031-625777975	0031-546878000
البريد الإلكتروني	<a href="https://www.dapeppa.nl/my-account/">https://www.dapeppa.nl/my-account/</a>	-	-	<a href="mailto:info@nora.nl">info@nora.nl</a>	<a href="mailto:info@dekroesbv.com">info@dekroesbv.com</a>	-	-
الموقع	Zeilstraat, 39-1 1075 SB Amsterdam	Nieuwendijk 45 5664 HB Geldrop	Mounebuorren 24-32 9074 CK Hallum	Habitatsingel 29 6229 RC Maastricht	Everdenberg 60 4902 TT Oosterhout	4900 AC Oosterhout Netherlands	7602 PA, Almelo, OVERIJSEL Netherlands

المصادر:

www.dnb.com/  
www.zoominfo.com/  
www.panjiva.com/  
www.panjiva.com/  
www.panjiva.com/  
www.importgenius.com/  
www.tradeatlas.com/en

www.bloomberg.com  
www.kompass.com



## 6.2 أبرز المنافسين الدوليين في السوق الهولندي

ألمانيا

#	عوامل المنافسة	الوحدة	وزن المعيار	المملكة العربية السعودية	ألمانيا
1	الكهرباء	ريال / ك. واط	%10	0.18	0.44
2	المياه	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.71	9.57
3	الديزل	ريال / م <sup>3</sup>	%10	525	4575
4	الغاز	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.69	40.4
5	الحد الأدنى للأجور	ريال / ساعة	%10	17.0	39.51
6	المواد الأولية الأساسية	محلي ، مستورد	%10	مستورد	محلي
7	ضريبة الدخل (غير الزكاة)	%	%5	للشركات السعودية %0	للشركات غير السعودية %20
8	الفائدة على الإقراض من قبل البنوك التجارية	%	%10	%8.3	%1.8
9	الشحن	ريال سعودي/طن	%5	*517	*108
10	الجمارك	%	%20	**845 + %9	0



❖ يظهر من خلال التحليل أن المملكة قادرة على المنافسة في معظم تكاليف الإنتاج والتكاليف اللوجستية ، كما أن الفائدة على الإقراض (من قبل البنوك التجارية) في المملكة تعتبر غير منافسة مقارنة بألمانيا، كما أن المملكة غير قادرة على المنافسة في الجمارك بسبب وجود اتفاقيات بين المنافس والسوق المستهدف

\*\*يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6غم دهون وأقل من 4غم بروتين وأقل من 5غم غلوكوز وسكر، وبالتالي يتم إضافة مبلغ 845 ريال سعودي على قيمة الجمارك

\*تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على معدل أسعار الشحن من عدة مصادر في أبريل 2021 م  
▪ تتغير أسعار الشحن بشكل مستمر .

المعيار (الأفضلية)

أقل: منافس

أعلى: غير قادر على المنافسة

مساوي: قادر على المنافسة

## 6.2 أبرز المنافسين الدوليين في السوق الهولندي

بلجيكا

#	عوامل المنافسة	الوحدة	وزن المعيار	المملكة العربية السعودية	بلجيكا
1	الكهرباء	ريال / ك. واط	%10	0.18	0.5
2	المياه	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.71	1.72
3	الديزل	ريال / م <sup>3</sup>	%10	525	5,550
4	الغاز	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.69	30.5
5	الحد الأدنى للأجور	ريال / ساعة	%10	17.0	40.1
6	المواد الأولية الأساسية	محلي، مستورد	%10	مستورد	محلي
7	ضريبة الدخل (غير الزكاة)	%	%5	للشركات السعودية %0	للشركات غير السعودية %20
8	الفائدة على الإقراض من قبل البنوك التجارية	%	%10	%8.3	%2
9	الشحن	ريال سعودي/طن	%5	*517	*101
10	الجمارك	%	%20	**845 + %9	0



❖ يظهر من خلال التحليل أن المملكة قادرة على المنافسة في معظم تكاليف الإنتاج، وغير قادرة على المنافسة في التكاليف اللوجستية بسبب قرب المنافس من السوق المستهدف وبُعد المملكة عنه، كما عبء الفائدة على الإقراض (من قبل البنوك التجارية) في المملكة تعتبر غير منافسة مقارنة ببلجيكا كما أن المملكة غير قادرة في الجمارك بسبب وجود اتفاقيات بين المنافس و السوق المستهدف.

\*\*يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6 غم دهون وأقل من 4 غم بروتين وأقل من 5 غم غلوكوز وسكر، وبالتالي يتم إضافة مبلغ 845 ريال سعودي على قيمة الجمارك

\*تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على معدل أسعار الشحن من عدة مصادر في أبريل 2021 م  
▪ تتغير أسعار الشحن بشكل مستمر.

المعيار (الأفضلية)

أقل: منافس

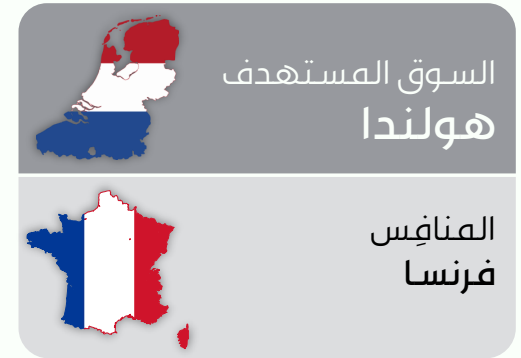
أعلى: غير قادر على المنافسة

مساوي: قادر على المنافسة

## 6.2 أبرز المنافسين الدوليين في السوق الهولندي

فرنسا

#	عوامل المنافسة	الوحدة	وزن المعيار	المملكة العربية السعودية	فرنسا
1	الكهرباء	ريال / ك. واط	%10	0.18	0.49
2	المياه	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.71	7.57
3	الديزل	ريال / م <sup>3</sup>	%10	525	5,437
4	الغاز	ريال / م <sup>3</sup>	%10	4.69	45.4
5	الحد الأدنى للأجور	ريال / ساعة	%10	17.0	38.4
6	المواد الأولية الأساسية	محلي، مستورد	%10	مستورد	محلي
7	ضريبة الدخل (غير الزكاة)	%	%5	للشركات السعودية %0	للشركات غير السعودية %20
8	الفائدة على الإقراض من قبل البنوك التجارية	%	%10	%8.3	%1.4
9	الشحن	ريال سعودي/طن	%5	*517	*160
10	الجمارك	%	%20	**845 + %9	0



❖ يظهر من خلال التحليل أن المملكة قادرة على المنافسة في معظم تكاليف الإنتاج، وغير قادرة على المنافسة في التكاليف اللوجستية بسبب قرب المنافس من السوق المستهدف وبُعد المملكة عنه، كما أن عبء الفائدة على الإقراض (من قبل البنوك التجارية) في المملكة تعتبر غير منافسة مقارنة بفرنسا كما أن المملكة غير قادرة على المنافسة في الجمارك بسبب وجود إتفاقيات بين المنافس و السوق المستهدف

\*\*يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6غم دهون وأقل من 4غم بروتين وأقل من 5غم غلوكوز وسكر، وبالتالي يتم إضافة مبلغ 845 ريال سعودي على قيمة الجمارك

\*تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على معدل أسعار الشحن من عدة مصادر في أبريل 2021 م  
▪ تتغير أسعار الشحن بشكل مستمر .

المعيار (الأفضلية)

أقل: منافس

أعلى: غير قادر على المنافسة

مساوي: قادر على المنافسة

## 6.2 أبرز المنافسين الدوليين في السوق الهولندي

المنافسين الدوليين في السوق الهولندي

**Mondelez**  
International

Mondelez international

تعتبر شركة موندليه من أكبر الشركات المنتجة للوجبات الخفيفة في العالم حيث تضم من خلالها أهم شركات البسكويت في العالم: (أويو، بيلفيتاو أل يو التي تشمل كل من كادبوري، ميلكا)، توزع الشركة إنتاجها على أكثر من 150 دولة.

القطاع: السلع الاستهلاكية  
الصناعة: بيع التجزئة والجملة  
القسم الفرعي: السلع الاستهلاكية  
93.75 مليار ريال  
المبيعات

<https://www.mondelezinternational.com>

[info@mondelezinternational.co](mailto:info@mondelezinternational.co)

1-855-535-5648



Continental bakeries

تأسست الشركة في القرن ال 16 عام 1593 م، بدأت من بعدها الشركة في التوسع و الانضمام إلى الشركات الأخرى وفي هذه الفترة حتى عام 1971 م، كانت الشركة قد أصبحت من الشركات الداخلة في سوق الأسهم الألمانية

القطاع: السلع الاستهلاكية  
الصناعة: بيع التجزئة والجملة  
القسم الفرعي: السلع الاستهلاكية  
1.28 مليار ريال  
المبيعات

<https://www.continentalbakeries.com/>

[info@continentalbakeries.com](mailto:info@continentalbakeries.com)

0031 78 653 7653



Bahlsen

تأسست الشركة على شكل عمل عائلي في ألمانيا لتصنيع البسكويت المشكل لتكون من أكثر الشركات الرائدة في ألمانيا، لتتوسع بعدها وتصبح منتجاتها من أهم المنتجات أوروبياً وعالمياً.

القطاع: السلع الاستهلاكية  
الصناعة: بيع التجزئة والجملة  
القسم الفرعي: السلع الاستهلاكية  
3.75 مليار ريال  
المبيعات

<https://www.thebahlsenfamily.com/int/>

[info@bahlsen.com](mailto:info@bahlsen.com)

+49 (0) 511 960 0



# التحليل اللوجستي

يتم في هذا الجزء تحليل البيانات اللوجستية لتصدير المنتج من المملكة الى السوق المستهدف ومقارنتها مع ابرز المنافسين. بالإضافة لدراسة وتقديم أبرز التحديات التصديرية لتصدير المنتج الى السوق.

7.1 متطلبات التصدير

7.2 التحديات التصدير

7.3 متطلبات الاستيراد

7.4 التسجيل في السوق الهولندي

7.5 خطوط التصدير (من السعودية لهولندا)

7.6 خطوط التصدير (من المنافسين لهولندا)

7

#	متطلبات المصدر السعودي (مستندات التصدير)	المالك	جهة اصدار المستند	جهة الطلب للمستند
1	شهادة المنشأ	المصدّر	وزارة التجارة - وزارة الصناعة والثروة المعدنية	الجمارك السعودية والأجنبية
2	الفاتورة التجارية (مصدقة)	المصدّر	الغرفة التجارية	الجمارك السعودية والأجنبية
3	قائمة التعبئة باللغة العربية (مصدقة)	المصدّر	الغرفة التجارية	الجمارك السعودية والأجنبية
4	قائمة التعبئة باللغة الانجليزية (مصدقة)	المصدّر	الغرفة التجارية	الجمارك الأجنبية
5	شهادة صلاحية التصدير للمواد الغذائية	المصدّر	الهيئة العامة للغذاء والدواء	الجمارك السعودية والأجنبية
6	شهادة الإرساليات- صلاحية التصدير للمواد الغذائية	المصدّر	الهيئة العامة للغذاء والدواء	الجمارك السعودية والأجنبية
7	شهادة حرية البيع	المصدّر	الهيئة العامة للغذاء والدواء	الجمارك السعودية والأجنبية

## 7.2 التحديات التصديرية

التحديات التي تواجه المصدر في اختراق السوق المستهدف

التحديات	#
إجبار المصدر على دفع غرامة بدل أي منتج يُصدر بسعر أقل من المنتج المحلي (anti dumping duties)	1
إختلاف طرق الدفع بين العملاء في الدولة، مما يؤدي إلى سوء الفهم بين المصدر و العميل أو المستورد.	2
ارتفاع المنافسة بين الأسواق الخارجية، حيث أن السوق الهولندي يعتمد اعتماداً كاملاً على المنتجات المستوردة.	3
ارتفاع تكلفة الخروج من أي عقد يتم إبرامه بين طرفين في التصدير للسوق الهولندي.	4
إجبار الطرف المسؤول عن المنتج الداخل للسوق الهولندي على أن يساهم في التخلص من المنتج بعد استهلاكه.	5
دقة و صرامة القوانين و المعايير للمنتجات المستوردة، من حيث مكوناتها و طرق تغليف المنتج.	6
<ul style="list-style-type: none"><li>• ضرورة وجود إثباتات على أن المنتج الغذائي من مكونات طبيعية لينافس في السوق عن طريق الشهادات الآتية:<ul style="list-style-type: none"><li>.1 Green Labels</li><li>.2 Organic Labels</li></ul></li></ul>	7

# 7.3 متطلبات الإستيراد

هولندا

## لائحة القوانين والأنظمة للتصدير من السعودية الى الإتحاد الأوروبي



قواعد النظافة العامة للمواد الغذائية: على المشغل مراقبة سلامة الأغذية للمنتجات والعمليات التي تقع تحت مسؤوليته؛ أحكام النظافة العامة للإنتاج الأولي والمتطلبات التفصيلية لجميع مراحل الإنتاج وتجهيزها وتوزيعها، الإجراءات المستندة إلى مبادئ تحليل المخاطر؛ اعتماد وتسجيل المنشآت.	المنهجية والمصادر
أحكام خاصة بشأن الأغذية المعدلة وراثيًا (GM) الأغذية الجديدة.	شروط ترخيص المستوردين للصحة والصحة النباتية
الشروط العامة المتعلقة بالملوثات في الغذاء: تدابير لتقليل المخاطر من خلال تحديد مستويات قصوى لبعض الملوثات في المواد الغذائية.	حدود التسامح للمخلفات أو التلوث بمواد معينة (غير ميكروبيولوجية)
الشروط العامة المتعلقة بالملوثات في الغذاء: تدابير لتقليل المخاطر من خلال تحديد مستويات قصوى لبعض الملوثات في المواد الغذائية.	تقييد استخدام بعض المواد في الأطعمة والأعلاف والمواد الملامسة لها
أحكام الملصقات التي تنطبق على المواد الغذائية: القواعد العامة على بطاقة البيانات الغذائية: اسم الطعام؛ قائمة المكونات؛ صافي الكمية؛ تاريخ الحد الأدنى من المتانة تاريخ الحد الأدنى من المتانة شروط التخزين أو شروط الاستخدام؛ بلد المنشأ أو مكان الأصل؛ تعليمات الاستخدام القوة الكحولية؛ بيان التغذية أحكام محددة لمجموعات معينة من المنتجات: وضع بطاقات على الأغذية المعدلة وراثيًا (GM) والأغذية الجديدة ملصقات المواد الغذائية لأغراض غذائية معينة.	متطلبات وضع العلامات
المواد التي يقصد بها ملامسة المواد الغذائية يجب تصنيع المواد والأشياء التي يقصد منها ملامسة المواد الغذائية بحيث لا تنقل مكوناتها إلى الطعام بكميات قد تعرض صحة الإنسان للخطر، أو تغير تكوين الطعام بطريقة غير مقبولة أو تفسد طعم ورائحة المواد الغذائية.	متطلبات التعبئة والتغليف
المعايير الميكروبيولوجية	المعايير الميكروبيولوجية للمنتج النهائي
قواعد النظافة العامة للمواد الغذائية: على المشغل مراقبة سلامة الأغذية للمنتجات والعمليات التي تقع تحت مسؤوليته؛ أحكام النظافة العامة للإنتاج الأولي والمتطلبات التفصيلية لجميع مراحل الإنتاج وتجهيزها وتوزيعها، الإجراءات المستندة إلى مبادئ تحليل المخاطر؛ اعتماد وتسجيل المنشآت.	الممارسات الصحية أثناء الإنتاج المتعلقة بظروف الصحة والصحة النباتية
أحكام النظافة العامة للإنتاج الأولي والمتطلبات التفصيلية لجميع مراحل إنتاج الأغذية ومعالجتها وتوزيعها؛ أحكام خاصة بشأن الأغذية المعدلة وراثيًا (GM) والأغذية الجديدة من أجل ضمان أعلى مستوى من الحماية لصحة الإنسان	تجهيز الأغذية والأعلاف
يُعرّف قانون الإتحاد الأوروبي إمكانية التتبع على أنها القدرة على تتبع ومتابعة أي طعام أو علف أو حيوان أو مادة منتجة للأغذية سيتم استخدامها للاستهلاك، خلال جميع مراحل الإنتاج والمعالجة والتوزيع.	متطلبات التتبع
يجب على الشركات التي ترغب في وضع طعام جديد في سوق الإتحاد الأوروبي تقديم طلباتها إلى الهيئة المختصة في دولة عضو لأغراض تقييم المخاطر، نتيجة لهذا التقييم، يحدد قرار التفويض نطاق الترخيص، وشروط الاستخدام، وتسمية الغذاء أو المكون الغذائي، ومواصفاته ومتطلبات الملصقات المحددة. الأطعمة الجديدة أو المكونات الغذائية الجديدة التي تعتبرها هيئة تقييم الغذاء الوطنية معادلة إلى حد كبير للأطعمة أو المكونات الغذائية الموجودة.	أصل المواد والأجزاء
قواعد النظافة العامة للمواد الغذائية ترد قواعد النظافة الصحية ذات الصلة للأغذية التي يجب احترامها من قبل مشغلي الأعمال الغذائية	تاريخ المعالجة

### الشهادات المطلوبة لإستيراد المنتجات من خارج الإتحاد الأوروبي

وجود العلامة التجارية الخاصة (التصميم واللون والصوت)

شهادة المنشأ

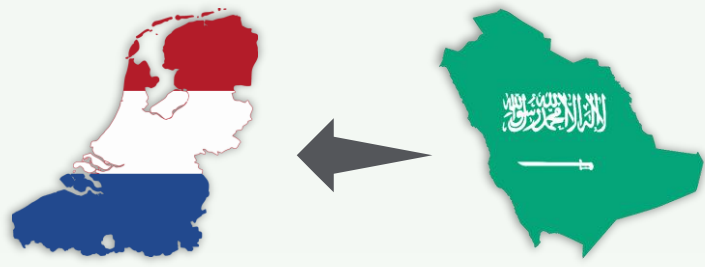
شهادة EUR.1 وشهادة EUR-MED

شهادة CE marking

شهادة ATA-carnet

المصادر: [https://business.gov.nl/running-your-business/international-business/export/exporting-to-the-netherlands-from-outside-the-eu/?fbclid=IwAR3JVmHy8Z1k\\_3KEcgmmBw7u0u0D-JlZhkxRgbl-qGEyrb0JdGI00nDwpkk](https://business.gov.nl/running-your-business/international-business/export/exporting-to-the-netherlands-from-outside-the-eu/?fbclid=IwAR3JVmHy8Z1k_3KEcgmmBw7u0u0D-JlZhkxRgbl-qGEyrb0JdGI00nDwpkk)





## 7.4 التسجيل في السوق الهولندي

لدخول السوق الهولندي كقُصد يمكن الاستعانة بالشركات الآتية

- تعتبر معاملات تسجيل الشركات في الأسواق الخارجية عملية معقدة نسبياً، لذا يفضل الاستعانة بشركات وسيطة بين الشركة و الحكومات، ومن أهم هذه الشركات التي تعمل كوسيط في هولندا:



[www.yanincorporation.com/services](http://www.yanincorporation.com/services)

[info@yanincorporation.com](mailto:info@yanincorporation.com)

+316 4909 3113



MOUSE AND BEAR

<https://www.mouseandbear.com/>

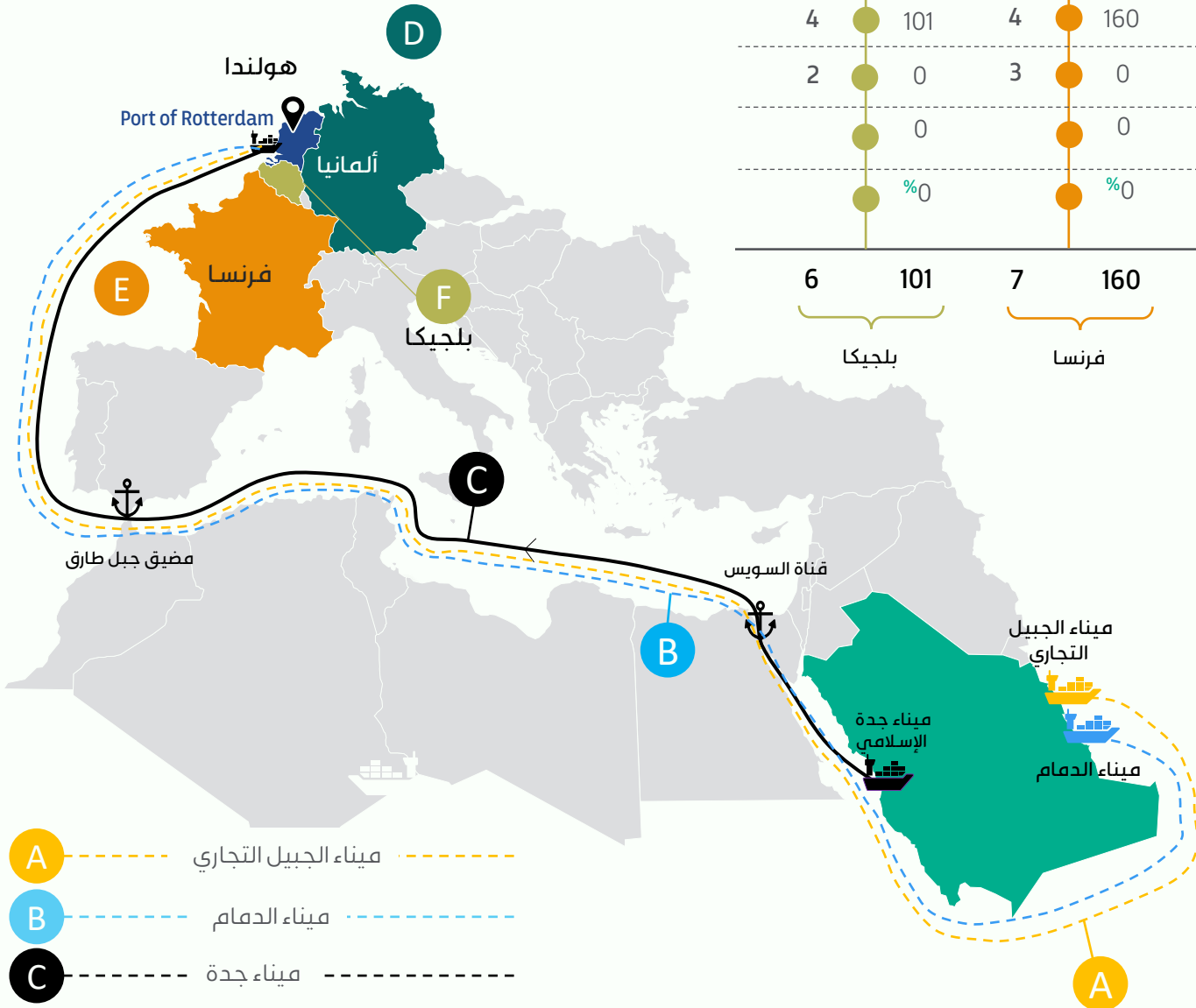
[IORsolutions@mouseandbear.com](mailto:IORsolutions@mouseandbear.com)

+44 (0)1935 848526



جميع التكاليف المذكورة هي للطن الواحد.

الشحن الداخلي بالوقت يشمل الشحن داخل المملكة والسوق المستهدف أما التكاليف ف هي خاصة بالشحن داخل المملكة.



## المنافسين

الوقت يوم	التكلفة ريال	الوقت يوم	التكلفة ريال	الوقت يوم	التكلفة ريال
4	101	4	160	4	108
2	0	3	0	4	0
	0		0		0
	%0		%0		%0
6	101	7	160	8	108
بلجيكا		فرنسا		ألمانيا	

## السعودية

الوقت يوم	التكلفة ريال	الوقت يوم	التكلفة ريال	الوقت يوم	التكلفة ريال
17	31	16	61	16	139
11	451	12	520	12	520
	35		35		35
	**845+%9		**845+%9		**845+%9
28	2,007	28	2,113	28	2,191
ميناء جدة		ميناء الدمام		ميناء الجبيل التجاري	

أفضل مسار

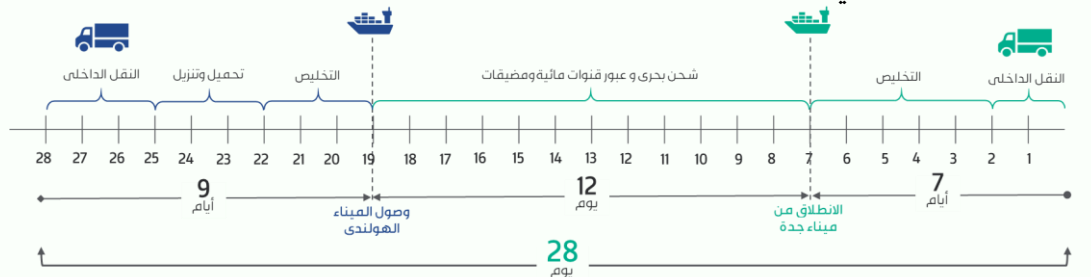
جميع منافذ التصدير للمنافسين بركة

تكاليف الشحن والجمارك والضرائب تم حسابها بناءً على منتج البسكويت وهي تتغير حسب طبيعة المنتج لتغير طريقة الشحن وتغير الضرائب المدفوعة عليه.

\*تم حساب تكلفة الطن عن طريق إيجاد سعة الحاوية بالطن وإيجاد ناتج قسمة معدل سعر الحاوية على معدل سعتها بالطن. \*تتسع الحاوية 20" من 18 إلى 21 طن لذلك تم احتساب أقل سعة ممكنة وهي 18 طن.

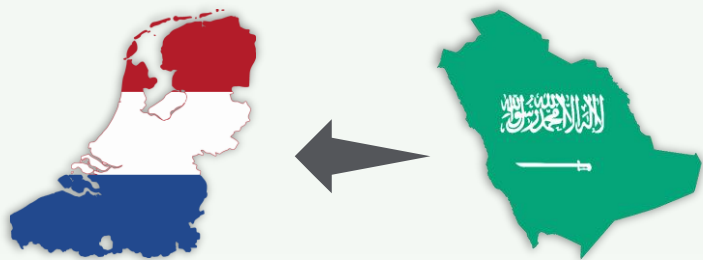
\*\*يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6 غم دهون وأقل من 4 غم بروتين وأقل من 5 غم غلوكوز وسكر، وبالتالي يتم إضافة مبلغ 845 ريال سعودي على قيمة الجمارك

## مسار الرحلة الزمني:



## 7.5 خطوط التصدير (من السعودية لهولندا)

المخبوزات – (190590)



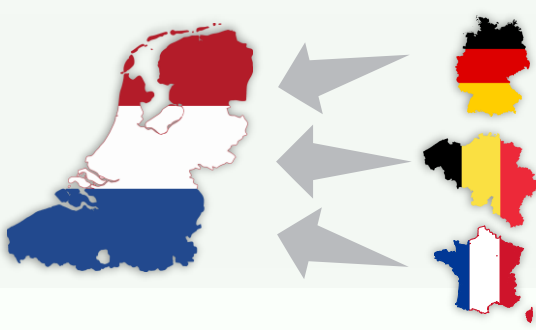
المخبوزات																
موقع المصنع	ميناء الشحن	تكلفة الشحن الداخلي للميناء (السعودية) ريال / قدم	تكلفة الشحن الداخلي للميناء (السعودية) ريال / قدم	تعرفة الموانئ (التحميل والتنزيل) ريال / 20 قدم	ميناء الاستقبال (هولندا)	التخليص الجمركي VAT هولندا	الشحن البحري	الشحن الداخلي في هولندا ريال / 20 قدم	الشحن الداخلي في هولندا ريال / طن	الشحن عبر القنوات	تكاليف أخرى (الضرائب) البسكويت	تكاليف أخرى (الضرائب) الكيك	تكاليف أخرى (الضرائب) البييتزا المجمدة	الوقت المتوقع من المصنع للميناء (شامل التخليص)	الوقت المتوقع من الميناء للميناء	الوقت المتوقع من الميناء للمستهلك (شامل التخليص)
جدة	ميناء جدة الإسلامي	560	31	270	روتريدام	%6	8,118	451	1,163	360	9% + المكونات الزراعية بحد أعلى 20.7% + تكاليف إضافية على الدقيق (الطحين)	أخرى (الضرائب) الكيك	أخرى (الضرائب) البييتزا المجمدة	9-7 أيام	12-10 يوم	9-7 أيام
الدمام	ميناء الدمام	1,100	61	روتريدام	9391		520	1,129	63							
الرياض	ميناء الجبيل التجاري	3,500	194	روتريدام	9391		520	1,163	65							
	ميناء الدمام	2,600	144	روتريدام	9391		520	1,129	63							

\* تم حساب تكلفة الطن عن طريق إيجاد سعة الحاوية بالطن وإيجاد ناتج قسمة معدل سعر الحاوية على معدل سعتها بالطن.  
تتسع الحاوية 20" من 18 الى 21 طن لذلك تم احتساب أقل سعة ممكنة وهي 18 طن.

- جميع تكاليف الشحن الداخلي والخارجي متغيرة بسبب ارتباطها بالوقت
- تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على معدل أسعار الشحن من عدة مصادر في أبريل 2021 م
- تتغير أسعار الشحن بشكل مستمر .

## 7.6 خطوط التصدير ( من المنافسين لهولندا )

المخبوزات – (190590)



المخبوزات									
الدولة	ميناء الشحن	تكلفة الشحن بين البلدين - ريال / 20 قدم	تكلفة الشحن بين البلدين - ريال / طن	التخليص الجمركي	التخليص الجمركي	تكاليف أخرى (الضرائب)	الوقت المتوقع من المصنع للميناء (شامل التخليص)	الوقت المتوقع من الميناء للميناء	الوقت المتوقع من الميناء للمستهلك (شامل التخليص)
ألمانيا	برلين	15,559	108	0	0	0%	يوميين	3 - 5 أيام	يوميين
فرنسا	باريس	2,884	160	0	0%	2 - 3 أيام			
بلجيكا	بروكسل	1,819	101	0	0%	1 - 3 أيام			

\* تم حساب تكلفة الطن عن طريق إيجاد سعة الحاوية بالطن وإيجاد ناتج قسمة معدل سعر الحاوية على معدل سعتها بالطن.  
تتسع الحاوية "20" من 18 الى 21 طن لذلك تم احتساب أقل سعة ممكنة وهي 18 طن.

جميع تكاليف الشحن الداخلي والخارجي متغيرة بسبب إرتباطها بالوقت  
تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على معدل أسعار الشحن من عدة مصادر في أبريل 2021 م  
تتغير أسعار الشحن بشكل مستمر .

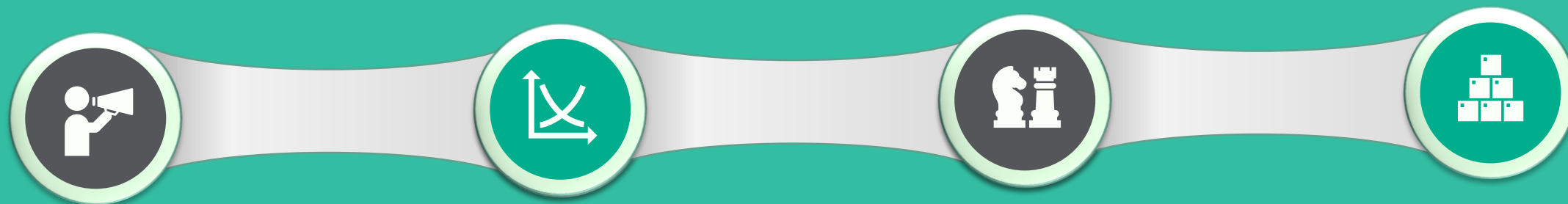
# خطة إختراق السوق

- |  |      |
|--|------|
| محاور خطة إختراق السوق                     | 8.1  |
| أفضل المنتجات القابلة للتصدير              | 8.2  |
| إستراتيجيات التصدير                        | 8.3  |
| معايير اختيار الإستراتيجية و طرق استغلالها | 8.4  |
| اختيار الإستراتيجية الأنسب                 | 8.5  |
| خطة اختراق السوق الهولندي                  | 8.6  |
| تحليل الأسعار                              | 8.7  |
| الحصة السوقية المقترحة                     | 8.8  |
| سياسة الترويج في السوق الهولندي            | 8.9  |
| خطة الترويج                                | 8.10 |
| أهم المعارض في هولندا                      | 8.11 |



# 8.1

## محاورة خطة إختراق السوق



قنوات التسويق

4

تحليل الأسعار

3

استراتيجية التصدير

2

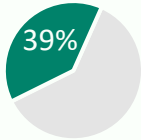
أفضل المنتجات القابلة للتصدير

1

## المنتجات الأكثر إستيراداً في السوق الهولندي

البسكويت - 19059080  
المنتجات الميثوقة أو الموسعة ، المالحه أو المملحة (19059055)  
فطائر الفاكهة وخبز الكشمش والكرواسان مع التحلية  
المضافة(19059060-19059070)

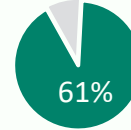
تمثل واردات هولندا من هذا المنتج ما نسبته 39% من  
مجمل واردات الكيك والبسكويت



يمكن للمصدر السعودي تصدير هذه المنتجات للسوق  
الهولندي إلا أن الفطائر و الكروسان تعتبر فرصة تصديرية  
ضعيفة نظراً لمدّة صلاحيتها القصيرة

البيتزا المحلاه - 19059080 (البيتزا المجمدة)  
البيتزا غير المحلاه - 19059090 (البيتزا المجمدة)  
الخبز غير المحتوي على عسل او بيض - 19059030

تمثل واردات هولندا من هذه المنتجات ما نسبته 61%  
من مجمل واردات الكيك والبسكويت



يصعب تصدير منتج الخبز غير المحتوي على العسل نظراً لمدّة  
صلاحيته القصيرة والبُعد الجغرافي لهولندا عن المملكة في  
حين تعتبر البيتزا المجمدة فرصة تصديرية جيدة حيث أنها تمثل  
43% من مجمل واردات هواندا من العالم

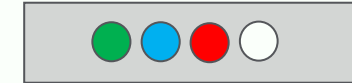


أهم الفئات المستهدفة:  
المسلمون

أهم المواصفات:

1. ثنائي التغليف (طبق من البلاستيك، تغليف بلاستيكي خارجي)
2. اللغة: الإنجليزية و الألمانية.

3. الألوان المفضلة:



يمكن للمصدر السعودي استغلال وإختراق السوق الهولندي بتصدير البسكويت، البيتزا المجمدة و الكيك على اعتبار أنها أفضل المنتجات للتصدير ورفع الكفاءة التصديرية منها.

### 02

#### الدخول غير المباشر

إستراتيجيات التصدير غير المباشر تتمثل بطرق بيع بواسطة طرف ثالث والذي بدوره يقوم ببيع المنتجات إلى الأسواق الخارجية.

### 01

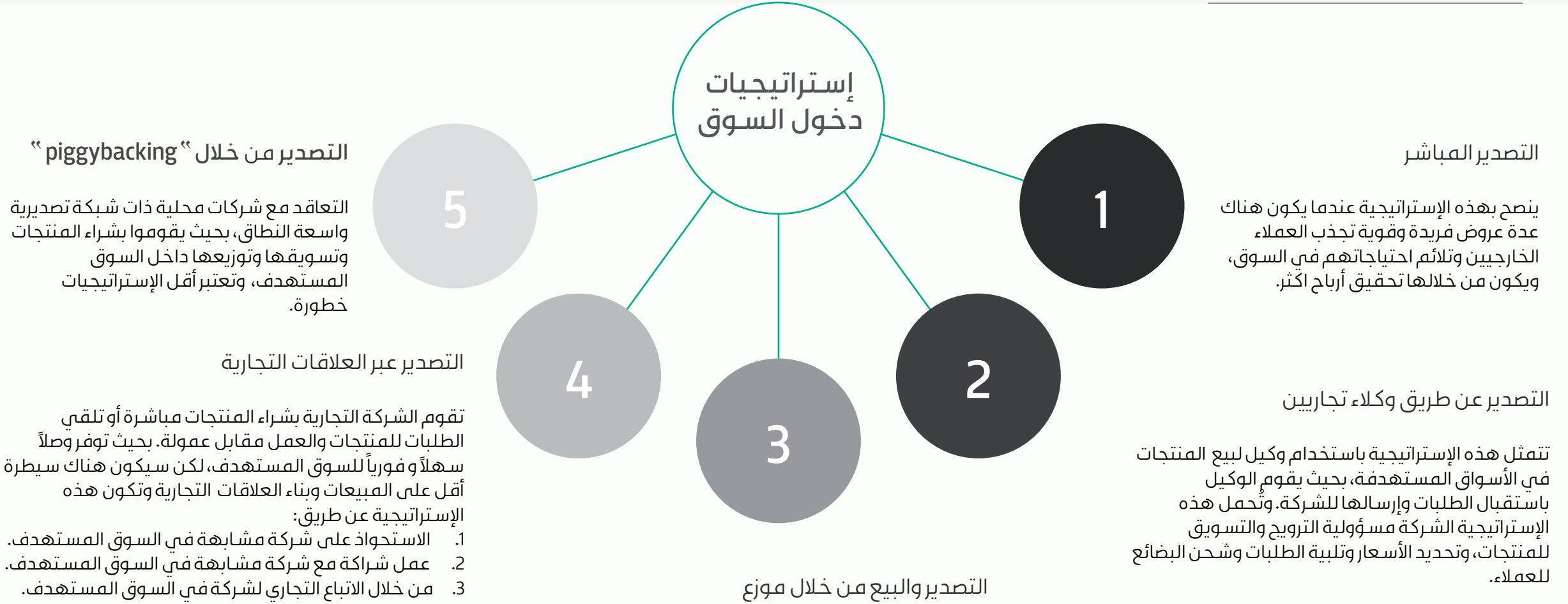
#### الدخول المباشر

إستراتيجيات التصدير المباشر تتمثل بطرق بيع المنتجات مباشرة إلى المستهلكين في الأسواق الخارجية.  
الأدوات:

- الاستحواذ على شركة مشابهة تتمتع بسمعة تسويقية وحصص سوقية جيدة.
- المشاركة مع شركة صناعية أو تجارية من خلال عدة طرق مثل: الاستثمار التجاري، الاستثمار الصناعي، الامتياز.

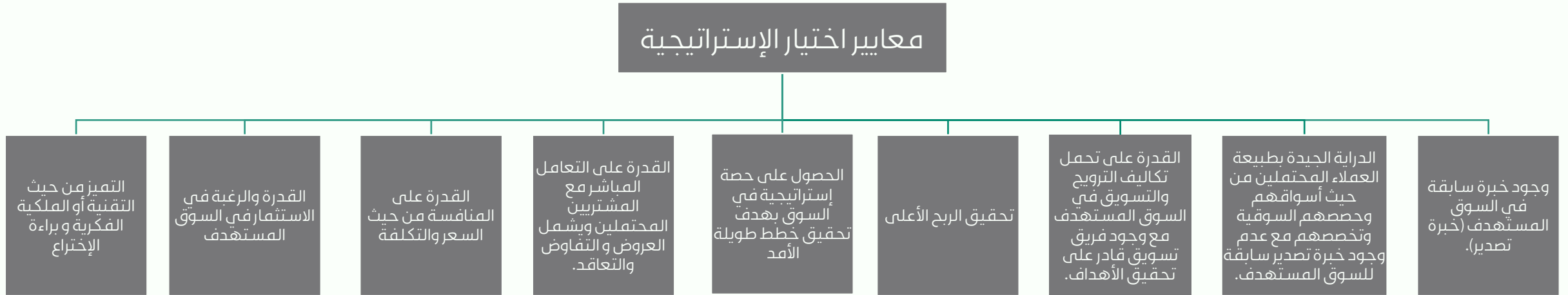
□ هناك العديد من إستراتيجيات التصدير التي تستخدم في التصدير للأسواق الخارجية، وتصنف هذه الإستراتيجيات أنها مباشرة أو غير مباشرة وفقاً لطرق البيع.

□ تعتمد الإستراتيجية المختارة على مقدار الوقت و الموظفين والموارد المتوفرة، ومقدار المعرفة لدى المصدر عن السوق الخارجي.



## 8.4 معايير إختيار الإستراتيجية وطرق استغلالها

يتم اختيار الإستراتيجية المناسبة لدخول السوق بناءً على المعايير الآتية:



سيتم إختيار الإستراتيجية الأفضل للمنتج والسوق المستهدف بناءً على إعطاء كل إستراتيجية تقييم بالنسبة لكل معيار معطى و عليه يتم إختيار الإستراتيجية الأنسب



يمثل هذا الجدول خطة إستراتيجية مرنة تتلاءم مع جميع المُصنعين ويستطيع من خلالها المُصنع إختيار الإستراتيجية الأنسب له من خلال تتبع تقييمها بالنسبة للمعايير الأهم له.

المعايير الإستراتيجية	التصدير المباشر	التصدير عن طريق وكلاء تجاريين	التصدير والبيع من خلال موزع	التصدير عبر العلاقات التجارية	التصدير من خلال Piggybacking
وجود خبرة سابقة في السوق المستهدف (خبرة تصدير).	يعد التصدير المباشر للعملاء المباشرين خياراً جيداً بسبب وجود الخبرة السابقة.	تعد هذه الإستراتيجية مناسبة للمُصدرين الذين استحوذوا على حصة جيدة في السوق المستهدف ولديهم سمعة استهلاكية مقبولة لمنتجاتهم	في حال كان المُصدر لا يتمتع بسياسة سعرية مرنة أي لديه أسعار ثابتة وليس لديه الرغبة في الدخول في عمليات التسويق والترويج للسوق المستهدف	تعد هذه الإستراتيجية مناسبة في حال تملك الشركة المُصدرة علامة تجارية قوية بحيث ترغب الشركات المحلية في السوق المستهدف الاستثمار بها عبر شراكات طويلة الأمد	في حال كانت منتجات المُصدر ذات درجات و أنواع مختلفة وتقع ضمن سلة كبيرة من المنتجات الأخرى التي لا ينتجها المُصدر؛ تعد هذه الإستراتيجية هي الحل الأمثل للتصدير من خلال شركات محلية كبرى تُصدر منتجات متنوعة لهذا السوق
	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★	★ ★	★ ★ ★ ★
الدراية الجيدة بطبيعة العملاء المحتملين من حيث أسواقهم وخصصهم السوقية وتخصصهم مع عدم وجود خبرة تصدير سابقة للسوق المستهدف.	التصدير المباشر ليست الإستراتيجية الأنسب في حال عدم وجود خبرة تصديرية سابقة حيث يكون احتمال التعثر مع العملاء كبير	تعتبر مناسبة حيث أنها تتولى مهمة إيجاد العملاء المحتملين لتسهيل عملية التواصل معهم	تعد هذه الإستراتيجية ملائمة للعملاء اللذين يرغبون بدخول السوق بشكل سريع	تعتبر هذه الإستراتيجية الحل الأمثل للشركات الكبرى ذات العلامات التجارية القوية بحيث تستطيع شركات السوق المستهدف من عمل شراكة مستدامة لتسويق منتجاتها	لا ينصح بهذه الإستراتيجية بشكل كبير في هذه الحالة وذلك لعدم وجود خبرات تصديرية سابقة في السوق المستهدف وبالتالي عدم القدرة على إبراز الميزة التنافسية من خلال التصدير مع شركات محلية ذات منتجات مشابهة
	★	★ ★ ★	★ ★	★ ★ ★	★
القدرة على تحمل تكاليف الترويج والتسويق في السوق المستهدف مع وجود فريق تسويق قادر على تحقيق الأهداف.	يعد التسويق المباشر في هذه الحالة الأكثر كفاءة وفعالية من حيث الاستفادة من خبرات الشركة والفرق العاملة معها	يمكن استخدام هذه المنهجية عبر سياسة دعم الوكلاء من خلال الترويج والاستثمار في التسويق	لا تعتبر هذه الإستراتيجية هي الأنسب في هذه الحالة، حيث أن الشركة تمتلك القدرة المالية والخبرات لدعم عملياتها في السوق المستهدف وبالتالي قد يحد الموزع من تحكم الشركة في السوق المستهدف	في حال وجود شركات كبيرة في السوق المستهدف من الممكن أن تضيف قيمة عبر شراكتها مع الشركة المُصدرة فتعد هذه الإستراتيجية فعالة إلى حد كبير	لا ينصح باتباع هذه الإستراتيجية في هذه الحالة حيث أن المُصدر قادر على إختراق السوق من خلال إمكانياته وإستراتيجيات أكثر فعالية
	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★	★	★ ★	★
تحقيق الربح الأعلى	يعد التصدير المباشر هو الخيار الأمثل لتحقيق الربح الأعلى والكفاءة التصديرية الأفضل	يُحد التصدير من خلال الوكلاء من مرونة تحقيق الأرباح	من خلال هذه الإستراتيجية من الصعب على الشركة المُصدرة تحقيق طموحاتها الربحية بسبب وجود موزع يتحكم في سعر البيع في السوق المستهدف ويضغط بشكل دائم لتقليل سعر الشراء.	لا تحقق هذه الإستراتيجية أيضاً الطموحات الربحية حيث أن الإرتباط بشركاء يعني بالضرورة تقاسم الأرباح وانخفاض حصة أرباح المُصدر	يمكن اتباع هذه الإستراتيجية في حال كانت السياسة السعرية للشركة المُصدرة واضحة ومحددة لمنتجات استهلاكية (commodities)
	★ ★ ★ ★ ★	★	★	★ ★	★ ★ ★

لقد تم تقييم الإستراتيجيات من خلال شرح العلاقة بين كل إستراتيجية وكل معيار وطريقة تأثير كل معيار بالإستراتيجيات. يتمكن المُصنع من إختيار الإستراتيجية الأنسب له عن طريق تتبع التقييم من خلال النجوم حيث:

★ ★ ★ ★ ★: أفضل إستراتيجية للمعيار.  
★: أسوأ إستراتيجية للمعيار.

يمثل هذا الجدول خطة إستراتيجية مرنة تتلائم مع جميع المُصنعين ويستطيع من خلالها المُصنع إختيار الإستراتيجية الأنسب له من خلال تتبع تقييمها بالنسبة للمعايير الأهم له.

المعايير الإستراتيجية	التصدير المباشر	التصدير عن طريق وكلاء تجاريين	التصدير والبيع من خلال موزع	التصدير عبر العلاقات التجارية	التصدير من خلال piggybacking
الحصول على حصة إستراتيجية في السوق بهدف تحقيق خطط طويلة الأمد	لا يعد التصدير المباشر أساسياً لتحقيق هذا الهدف حيث أن دخول السوق والحصول على الحصة فيه يمكن تحقيقه بتابع إستراتيجيات أخرى أكثر كفاءة	في العادة يتعامل الوكيل مع أكثر من مورد لنفس السلعة لذلك لا يعد التصدير من خلال الوكلاء وهو الحل الأمثل للهدف المنشود	كما في حالة الوكلاء فإن الموزع يعمل ضمن مجموعة من المنتجات ولا يشكل إستراتيجية مثالية للهدف المنشود	تعد هذه الإستراتيجية هي الأنسب حيث أنه ومن خلالها يمكن تحقيق خطط مستدامة في السوق المستهدف	لا تصيف هذه الإستراتيجية أي قيمة للهدف المنشود وبالتالي لا ينصح بها في هذه الحالة
القدرة على التعامل المباشر مع المشترين المحتملين و يشمل العروض و التفاوض و التعاقد.	تعد هذه الإستراتيجية هي الأنسب و الأكثر ملاءمة لامتلاك المُصدر الإمكانيات للتفاوض و التعاقد و إجراء الصفقات	لا يمكن استثناء هذه الإستراتيجية في هذه الحالة إذ يمكن اعتبار الموزع هو الطرف الذي يتم التفاوض معه لإجراء الصفقات	تشكل هذه الإستراتيجية حلاً ممكناً باعتبار أن الوكلاء هم الجسر الذي سوف يساعد في مهمة إجراء الصفقات مع العملاء في السوق المستهدف	لا تحتاج الشركات ذات القدرة على تقديم العروض و التفاوض في الأسواق المحددة إلى شركاء فاعلين بشكل كبير وبالتالي يمكن العمل بدون اعتماد هذه الإستراتيجية	لا ينصح بهذه الإستراتيجية في حال كانت المنتجات المستهدفة نوعية و ليست استهلاكية
القدرة على المنافسة من حيث السعر و التكلفة	يمكن بسهولة التصدير المباشر في هذه الحالة لتوفر الميزة التنافسية و القدرة على تحقيق الهدف المنشود	يهدف الموزع عادةً على الحصول على المنتجات ذات جودة عالية و سعر منافس لتحقيق طموحات ربحية و منافسة موزعون آخرون	سوف يتسارع الوكلاء التجاريون و الشركات العاملة في طلب وكالة المنتج بسبب ميزاته التنافسية	في حال كانت هذه الشراكة تحقق قيمة مضافة للشركة المُصدرة فإنها تعتبر إستراتيجية مثلى	لا ينصح بهذه الإستراتيجية إلا في حالة المنتجات التي لا يمكن تصديرها بشكل مستقل عن منتجات أخرى لا تنتجها الشركة
القدرة و الرغبة في الاستثمار في السوق المستهدف	لا تعد هذه الإستراتيجية الأنسب حيث أن الهدف المنشود لا يمكن تحقيقه إلا من خلال إيجاد شراكات في السوق المستهدف	قد يلجأ المُصدرون إلى الاستثمار في سلال الإمداد أو التوزيع لضمان تواجدهم في أسواق محددة وفي هذه الحالة من الممكن أن تشكل الشراكة مع الموزعين نموذجاً جيداً	يمكن اتباع هذه الإستراتيجية إذا كانت الوكالة التجارية مبنية على أسس استثمارية و شراكة مستدامة	تعد هذه الإستراتيجية هي التحقيق العملي للهدف المنشود عبر الشراكة الاستثمارية المباشرة مع شركات سواء كانت صناعية أم تجارية أو حتى خدمة في السوق المستهدف	لا تحقق هذه الإستراتيجية الهدف المنشود
التميز من حيث التقنية أو الملكية الفكرية و براءة الاختراع	يمكن أن يكون التسويق المباشر فعالاً في حال امتلكت الشركة القدرة على التسويق و الترويج للملكية الفكرية و براءة الاختراع التي لديها	ينظر الموزع دائماً إلى قيمة المنتج التنافسية أكثر من أهمية الملكية الفكرية أو براءة الاختراع لذلك تعد هذه الإستراتيجية آخر الخيارات في هذه الحالة	يشكل الوكلاء جسراً بدلاً لتحقيق التسويق الأمثل للشركات في حال عدم ملاءمة إستراتيجية التصدير المباشر السابقة	تبحث الشركات الكبرى دائماً على المنتجات التي تحمل تقنية و براءة اختراع من أجل الاستثمار و المشاركة لذلك تعد هذه الإستراتيجية هي الأنسب	لا ينصح بهذه الإستراتيجية للمنتجات المميزة إلا إذا كان الهدف لوجيستي فقط من خلال شحن المنتج مع منتجات أخرى لتقليل التكاليف

لقد تم تقييم الإستراتيجيات من خلال شرح العلاقة بين كل إستراتيجية و كل معيار و طريقة تأثير كل معيار بالإستراتيجيات. يتمكن المُصنع من إختيار الإستراتيجية الأنسب له عن طريق تتبع التقييم من خلال النجوم حيث:

أفضل إستراتيجية للمعيار: ★ ★ ★ ★ ★  
 أسوأ إستراتيجية للمعيار: ★

- ستكون إستراتيجية التصدير والبيع من خلال موزع هي الأنسب للمنتجين السعوديين لدخول السوق الهولندي لقطاع المخبوزات؛ حيث أن أكبر نقاط القوة والضعف للقُصدير السعودي ستكون:

سهولة التعامل مع العملاء  
المُحتملين من قبل السعودية؛  
لوجود الخبرة السابقة مع العملاء  
الأجانب

صعوبة الخروج من العقود المعمول  
بها في هولندا.

المنافسة العالية للمُنتجين الأجانب  
في السوق الهولندي.

بناءً على هذه النقاط سيتم إختيار إستراتيجية التصدير والبيع من خلال موزع في السوق الهولندي على أنها الإستراتيجية الأمثل، إلا أن القُصدير السعودي قادر على إختيار إستراتيجية أخرى قد تلائمه عن طريق التقييم الذاتي من الجدول المرفق.

## 8.6 خطة إختراق السوق الهولندي

أفضل الإستراتيجيات لاستغلال الطرق المباشرة وغير المباشرة لإختراق السوق:

خطة الدخول

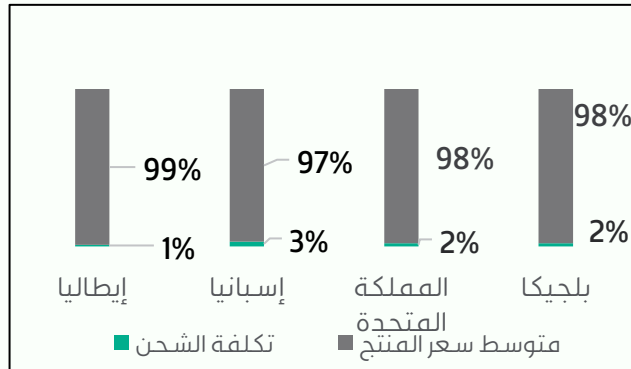
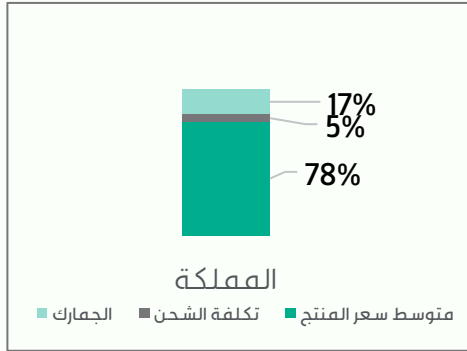
الفترة الزمنية المناسبة للخطة التسويقية														الاجراء	
سنة 15	سنة 14	سنة 13	سنة 12	سنة 11	سنة 10	سنة 9	سنة 8	سنة 7	سنة 6	سنة 5	سنة 4	سنة 3	سنة 2		سنة 1
															<p>1- التصدير و البيع من خلال الموزع distributor: هذا الخيار يعتبر من أفضل الطرق للتوزيع بعد اكتساب الخبرة الكافية أو كخطوة أولية للشركات التي لها خبرة عالية في التصدير، حيث تتحمل فقط إيجاد العملاء ولكن الشركة نفسها تتحمل باقي العمليات من عرض أسعار وتكاليف شحن ودعاية.</p>
															<p>2- التصدير المباشر Direct exporting: هذه الخطوة تعتبر مناسبة للشركات التي أصبح لها فهم كبير بالسوق والعملاء المحتملين وأصبحت قادرة على التوزيع بنفسها.</p>
<p>تستمر هذه المرحلة لست سنوات حتى يتمكن المصدر من اكتساب سمعة عالية في السوق الهولندي</p>															
<p>في حال وجود خبرة جيدة بالسوق والعملاء المستهدفين يفضل ان تبدأ هذه المرحلة بعد الإستفادة الكاملة من الموزعين لدخول السوق</p>															

تم بناء تحليل الأسعار على شحنات و بوليصات شحن عالمية و من الدول المنافسة إلى السوق المستهدف لإيجاد السعر الأنسب لدخول السوق الهولندي.

سعر البيع للمستهلك (ريال سعودي/ 400 غم)	متوسط التكلفة النهائية للمستورد (ريال سعودي/ 400 غم)	متوسط التكلفة النهائية للمستورد (ريال سعودي/ طن)	الجمارك (ريال سعودي/ طن)	**الشحن + عبور (ريال سعودي/ طن)	متوسط سعر المنتج من المصدر FOB (ريال سعودي/ طن)	تكلفة FOB (ريال سعودي/ 400 غم)	المصدر
-	1.9	4,723	%	101	4,622	1.84	بلجيكا
11.5	2.9	7,318		135	7,183	2.9	المملكة المتحدة
13.1	3.9	9,721		135	9,586	3.8	المملكة المتحدة
-	5.1	12,788		396	12,392	4.9	إسبانيا
23.7	12.5	31,181		280	30,901	12.4	إيطاليا
بناءً على التحليل السابق يوضح الجدول التالي السعر المقترح اللازم لإختراق السوق							
9.0	3.45	8,625	9%+*845.6	451	6,686	2.67	السعودية

\* جميع الأرقام باللون الأخضر هي أرقام تم حسابها بناءً على متوسط التكلفة للمستورد والرجوع بحساب التكاليف لتحديد سعر المنتج FOB

## هيكلة السعر



\* تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على آخر تعديل للأسعار في أبريل 2021 م

- ❖ يعتمد هذا التحليل على أسعار بسكويت النخالة "digestive" بناءً على أصل المنتج.
- ❖ تم تحديد هذا المنتج لإجراء التحليل بسبب تنوع المنتجات المدرجة تحت هذا الرمز.
- ❖ \* يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6 غم دهون وأقل من 4 غم بروتين وأقل من 5 غم غلوكوز وسكر.
- ❖ تتغير نسبة الجمارك بناءً على المكونات الغذائية للمنتج لذلك ينصح بتصدير المنتجات التي تحتوي على كمية دهون وبروتين وسكريات أقل لتجنب التكاليف الإضافية التي تفرض على الجمارك.

## سياسة التسعير

تم بناء سياسة التسعير على العوامل التالية:

- المنافسة:** البيع بمتوسط سعر المنافسين في السوق ضمن نفس المواصفات والجودة.
- سلوك المستهلك:** يفضل الشعب الهولندي تغليف منتج البسكويت في طبق كرتون أو قصدير موضوعة داخل غلاف بلاستيكي، يفضل الشعب الهولندي أن تكون اللغة المطبوعة على المنتج هي اللغة الإنجليزية والألمانية.
- استراتيجية التصدير:** تم اختيار إستراتيجية التصدير من خلال الموزع وذلك للمنافسة العالية للمنتجين الأجانب في السوق الهولندي وصعوبة الخروج من العقود المعمول بها في هولندا وسهولة التعامل مع العملاء المحتملين من قبل السعودية؛ لوجود الخبرة السابقة مع العملاء الأجانب .

## تحليل الأسعار

- ❑ **الشحن:** يتفوق المنافسين على المصدر السعودي بتكاليف الشحن بسبب قربهم من السوق الهولندي.
- ❑ **الجمارك:** يتفوق المنافسين على المملكة وذلك لعدم وجود جمارك بين دول الإتحاد الأوروبي.
- ❑ **متوسط سعر المنتج (FOB):** على المنتج السعودي بيع المنتج بمعدل أسعار يبلغ 6,686 ريال/طن سعودي للمنافسة بالسوق الهولندي.
- ❑ **متوسط التكلفة النهائية للمستورد:** يجب أن تكون قيمة التكلفة للمستورد في السوق الهولندي بمتوسط سعر 8,625 ريال سعودي / طن



## 8.7 تحليل الأسعار

تم بناء تحليل الأسعار على شحنات و بوليصات شحن عالمية و من الدول المنافسة إلى السوق المستهدف لإيجاد السعر الأنسب لدخول السوق الهولندي.

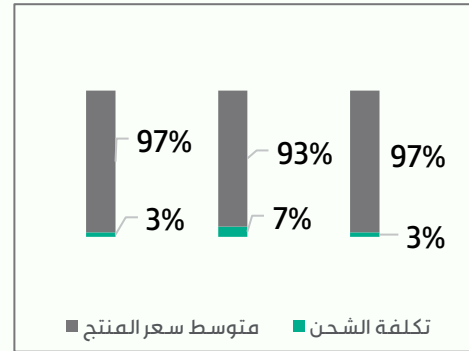
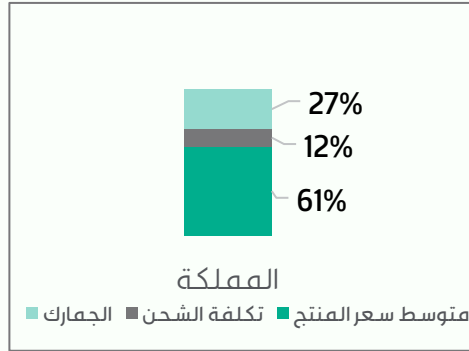
HS Code **190590**

هولندا - الكيك

المصدر	تكلفة FOB (ريال سعودي/400 غم)	متوسط سعر المنتج من المصدر (ريال سعودي/طن)	الشحن + عبور (ريال سعودي/طن)	الجمارك (ريال سعودي/طن)	متوسط التكلفة النهائية للمستهلك (ريال سعودي/400 غم)	سعر البيع للمستهلك (ريال سعودي/400 غم)
فرنسا	1.9	4,770	160	0%	4,930	2.0
إيطاليا	1.6	3,980	280	0%	4,260	1.7
بلجيكا	1.13	2,832	101	0%	2,933	1.17
بناءً على التحليل السابق يوضح الجدول التالي السعر المقترح اللازم لإختراق السوق						
السعودية	1.0	2,488	451	9%+845.6*	4,050	1.62

\* جميع الأرقام باللون الأخضر هي أرقام تم حسابها بناءً على متوسط التكلفة للمستهلك والرجوع بحساب التكاليف لتحديد سعر المنتج FOB

### هيكلية السعر



\*\* تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على آخر تعديل للأسعار في أبريل 2021 م

- ❖ يعتمد هذا التحليل على أسعار منتج "الكيك رول" في السوق الهولندي.
- ❖ تم تحديد هذا المنتج لإجراء التحليل بسبب تنوع المنتجات المدرجة تحت هذا الرمز.
- ❖ يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6 غم دهون وأقل من 4 غم بروتين وأقل من 5 غم غلوكوز وسكر.
- ❖ تتغير نسبة الجمارك بناءً على المكونات الغذائية للمنتج لذلك ينصح بتصدير المنتجات التي تحتوي على كمية دهون وبروتين وسكريات أقل لتجنب التكاليف الإضافية التي تفرض على الجمارك.

### سياسة التسعير

تم بناء سياسة التسعير على العوامل التالية:

- 1. المنافسة:** البيع بمتوسط سعر المنافسين في السوق ضمن نفس المواصفات والجودة.
- 2. سلوك المستهلك:** يفضل الشعب الهولندي تغليف منتج الكيك رول داخل غلاف بلاستيكي. يفضل الشعب الهولندي أن تكون اللغة المطبوعة على المنتج هي اللغة الإنجليزية والألمانية.
- 3. استراتيجية التصدير:** تم اختيار إستراتيجية التصدير من خلال الموزع وذلك للمنافسة العالية للمنتجين الأجانب في السوق الهولندي وصعوبة الخروج من العقود المعمول بها في هولندا وسهولة التعامل مع العملاء المحتملين من قبل السعودية؛ لوجود الخبرة السابقة مع العملاء الأجانب.

### تحليل الأسعار

- ❑ **الشحن:** يتفوق المنافسين على المصدر السعودي بتكاليف الشحن بسبب قربهم من السوق الهولندي.
- ❑ **الجمارك:** يتفوق المنافسين على المملكة وذلك لعدم وجود جمارك بين دول الإتحاد الأوروبي.
- ❑ **متوسط سعر المنتج (FOB):** على المنتج السعودي بيع المنتج بمعدل أسعار يبلغ 2488 ريال/طن سعودي للمنافسة بالسوق الهولندي.
- ❑ **متوسط التكلفة النهائية للمستهلك:** يجب أن تكون قيمة التكلفة للمستهلك في السوق الهولندي بمتوسط سعر 4050 ريال سعودي / طن

## 8.7 تحليل الأسعار

تم بناء تحليل الأسعار على شحنات و بوليصات شحن عالمية و من الدول المنافسة إلى السوق المستهدف لإيجاد السعر الأنسب لدخول السوق الهولندي.

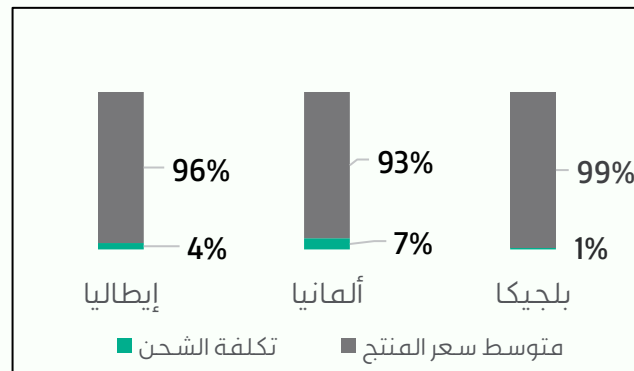
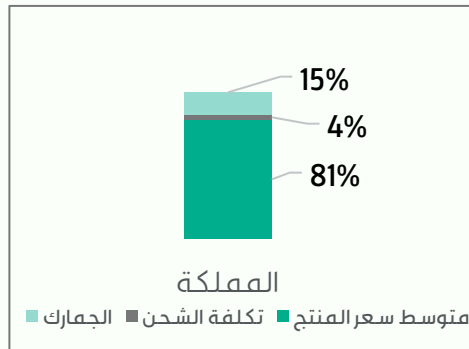
HS Code **190590**

هولندا - البيتزا المجمدة

المصدر	تكلفة FOB (ريال سعودي/400 غم)	متوسط سعر المنتج من المصدر FOB (ريال سعودي/طن)	الشحن + عبور (ريال سعودي/طن)	الجمارك (ريال سعودي/طن)	متوسط التكلفة النهائية للمستهلك (ريال سعودي/400 غم)	متوسط التكلفة النهائية للمستهلك (ريال سعودي/400 غم)	سعر البيع للمستهلك (ريال سعودي/400 غم)
بلجيكا	4.1	10,136	151	0%	10,287	4.1	-
ألمانيا	4.6	11,593	864	0%	12,457	4.9	10.9
إيطاليا	4.1	10,172	420	0%	10,592	4.2	10.1
بناءً على التحليل السابق يوضح الجدول التالي السعر المقترح اللازم لإختراق السوق							
السعودية	3.4	8,410	676	9%+*845.6	10,750	4.3	10.5

\*جميع الأرقام باللون الأخضر هي أرقام تم حسابها بناءً على متوسط التكلفة للمستهلك والرجوع بحساب التكاليف لتحديد سعر المنتج FOB

### هيكلية السعر



\*تم وضع تكاليف الشحن أعلاه بناءً على آخر تعديل للأسعار في أبريل 2021 م

- ❖ يعتمد هذا التحليل على أسعار البيتزا المجمدة (الجاهزة) في السوق الهولندي بناءً على أصل المنتج.
- ❖ يحتوي المنتج المستخدم في التحليل على 6 غم دهون وأقل من 4 غم بروتين وأقل من 5 غم غلوكوز وسكر.
- ❖ تتغير نسبة الجمارك بناءً على المكونات الغذائية للمنتج لذلك ينصح بتصدير المنتجات التي تحتوي على كمية دهون وبروتين وسكريات أقل لتجنب التكاليف الإضافية التي تفرض على الجمارك.

### سياسة التسعير

تم بناء سياسة التسعير على العوامل التالية:

- المنافسة:** البيع بمتوسط سعر المنافسين في السوق ضمن نفس المواصفات والجودة.
- سلوك المستهلك:** يستهلك الهولنديين البيتزا المجمدة بكميات تفوق البيتزا الطازجة وذلك لتفضيلهم الطعام المنزلي على المطاعم حيث بلغت مبيعات البيتزا المجمدة 874 مليون ريال عام 2019م فيما كانت مبيعات البيتزا الطازجة 96.7 مليون ريال في نفس العام.
- استراتيجية التصدير:** تم إختيار إستراتيجية التصدير من خلال الموزع وذلك للمنافسة العالية للمنتجين الأجانب في السوق الهولندي وصعوبة الخروج من العقود المعمول بها في هولندا وسهولة التعامل مع العملاء المحتملين من قبل السعودية؛ لوجود الخبرة السابقة مع العملاء الأجانب.

### تحليل الأسعار

- ❑ الشحن: يتفوق المنافسين على المصدر السعودي بتكاليف الشحن بسبب قربهم من السوق الهولندي.
- ❑ الجمارك: يتفوق المنافسين على المملكة وذلك لعدم وجود جمارك بين دول الإتحاد الأوروبي.
- ❑ متوسط سعر المنتج (FOB): على المنتج السعودي بيع المنتج بمعدل أسعار يبلغ 8,410 ريال /طن سعودي للمنافسة بالسوق الهولندي.
- ❑ متوسط التكلفة النهائية للمستهلك: يجب أن تكون قيمة التكلفة للمستهلك في السوق الهولندي بمتوسط سعر 10,750 ريال سعودي / طن

## الحصة السوقية المقترحة

حساب الحصة السوقية المقترحة يتم من خلال عكس نسبة واردات السوق المستهدف على السعة التصديرية السعودية التي تقدر أن تكون 27,691 طن لعام 2021م لاختراق السوق المستهدف بها.

دراسة مجمل الواردات للمنتج من العالم لكل دولة من هذه الدول، لحساب نسبة الواردات التي حققها السوق المستهدف مقارنة بواردات الدول التي تصدر لها السعودية.

إضافة السوق المستهدف (هولندا) الى قائمة الدول التي تصدر لها السعودية

تحديد الدول التي تصدر لها السعودية المنتج

## الحصة السوقية المقترحة 2021م

2,492 طن 9%

## نسبة واردات هولندا

9%

## واردات هولندا من العالم 2019م

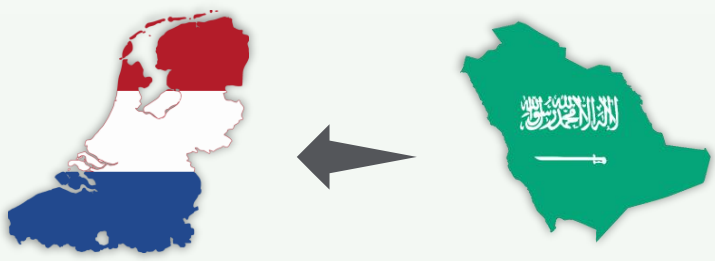
392,550 طن

3,611,985 ريال 1000

هولندا



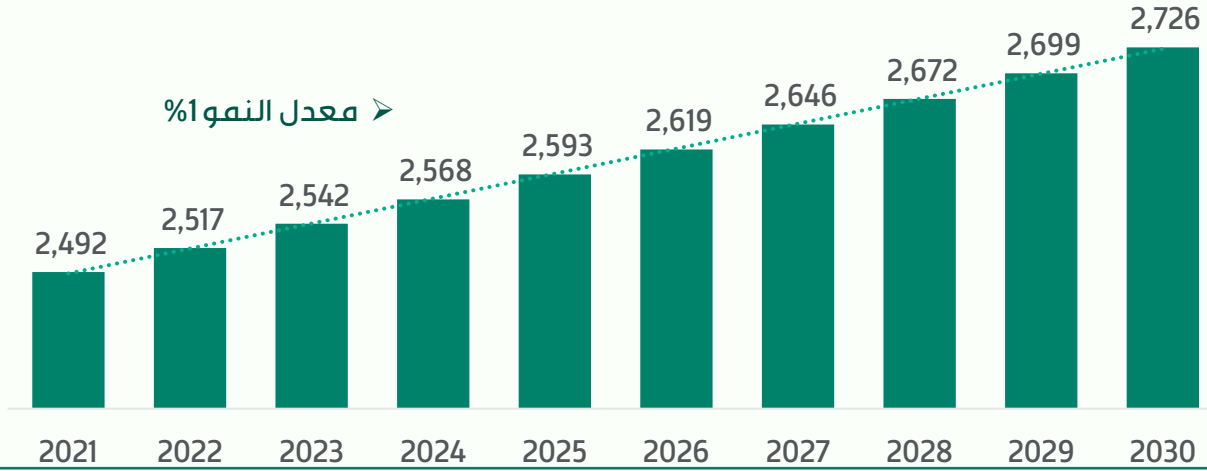
نسبة الحصة السوقية من حجم السوق الهولندي	0.17%
نسبة الحصة السوقية من الإنتاج السعودي	0.1%
نسبة الحصة السوقية من مجمل واردات هولندا	0.7%



## 8.8 الحصة السوقية المقترحة

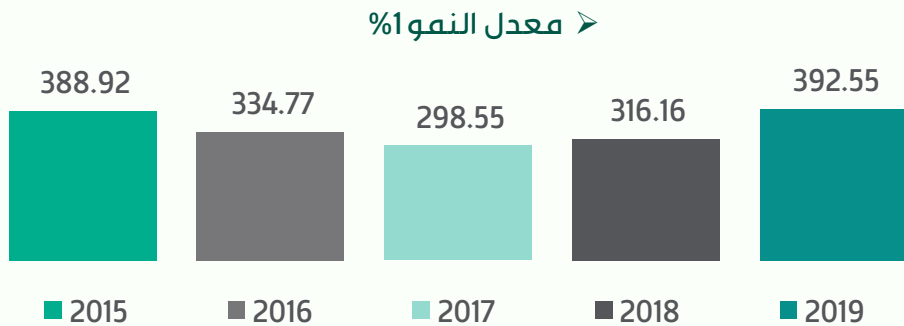
هولندا - المخبوزات

الحصة السوقية المقترحة ما بين (2021 - 2030م) (طن)



- تستند آلية اقتراح الحصة السوقية للعشر سنوات القادمة على تثبيت نسبة نمو الحصة السوقية المقترحة بحيث تساوي معدل نمو واردات السوق المستهدف ما بين عامي (2015-2019م)

واردات هولندا من المخبوزات (ألف طن)



- تعمل هذه الآلية بالحفاظ على أقل نسبة ممكنة للتصدير للسوق المستهدف، حيث أنه لا يفضل أن تقل الحصة السوقية عن هذه النسبة للأعوام القادمة.

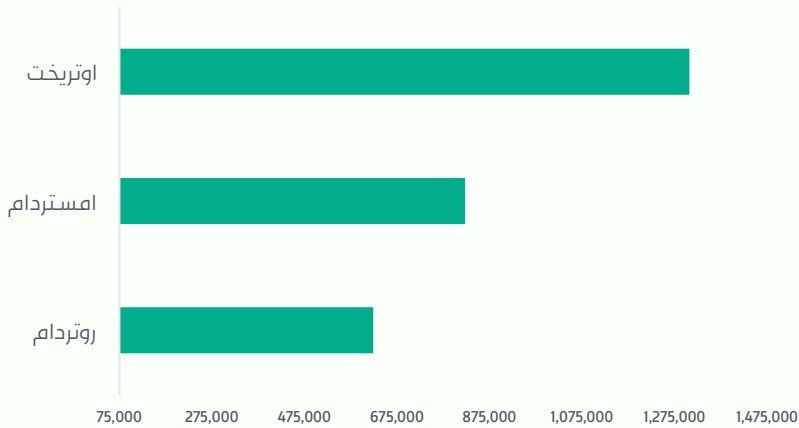
# 8.9 سياسة الترويج في السوق الهولندي

يعد الترويج الجيد للمنتج أحد أهم المفاتيح التي تتيح للقُصد الانتشار في السوق، ويمثل الرسم الآتي أهم طرق الترويج في السوق الهولندي:

## طرق الترويج

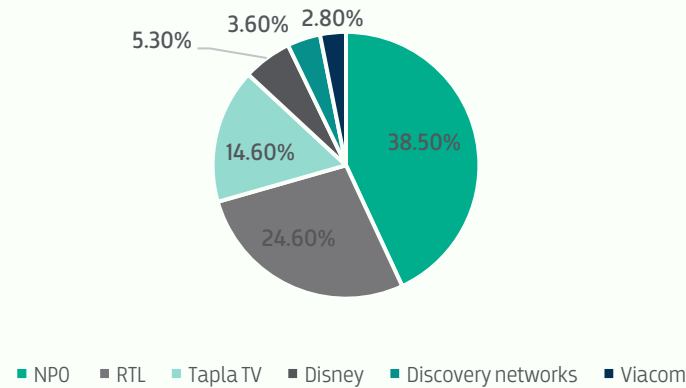
### الإعلانات العامة في الطرق

المناطق الأعلى تعداد سكاني



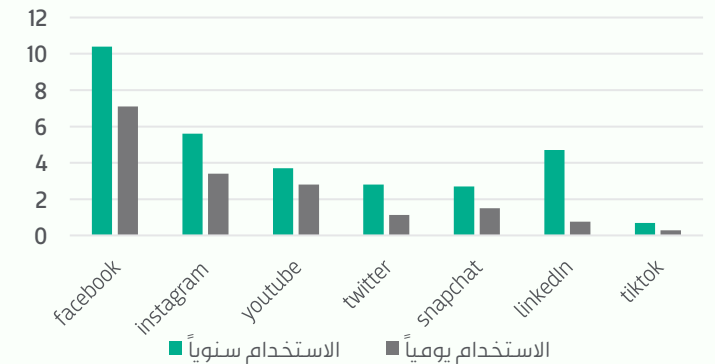
### الإعلانات المتلفزة

القنوات التلفزيونية الأكثر مشاهدة

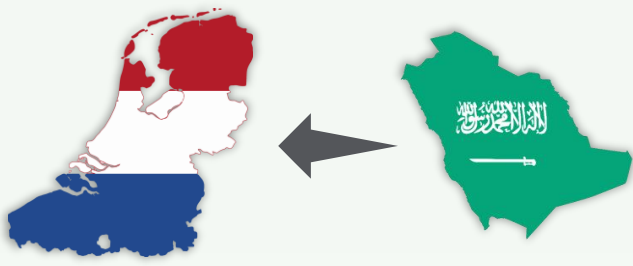


### وسائل التواصل الاجتماعي

عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في هولندا / مليون







HS Code **190590**

## 8.10 خطة الترويج

المخبوزات داخل السوق الهولندي

STRANGELOVEGROUP  
Improving digital marketing performance



أكبر شركات  
الإعلانات في  
هولندا

- أن يكون المنتج صديق للبيئة
- المكونات الطبيعية
- العروض على الأسعار

الاهتمامات

- appiehein.com
- The Holland Shop  
We bring Holland at home
- JUMBO  
supermarkten

التوافر في الأسواق  
الإلكترونية

- Facebook
- Twitter
- Instagram

وسائل التواصل  
الاجتماعي

- Google
- Bing
- YouTube

محركات البحث

إعلانات مدفوعة

على القُصدر أن يستهدف المعارض و المناسبات الموجودة في أي بلد جديد يهدف لإختراقه؛ و من أهم المعارض و المناسبات الموجودة في السوق الهولندي:

اسم المعرض	الوصف	المستهدفين	الموعد	الموقع
Chocoa trade show	يستهدف هذا المعرض جميع المنتجات التي يدخل في تصنيعها الشوكلاته والبسكويت	التجّار و العامة	من 24-2-2021 إلى 26-2-2021	امستردام
VEGGIEWORLD UTRECHT	يستهدف هذا المعرض أي مأكولات للنباتيين	التجّار و العامة	29-2-2021	امستردام
FREE FROM FUNCTIONAL FOOD & HEALTH INGREDIENTS	يستهدف هذا المعرض جميع المأكولات التي تصنع بطريقة صحية دون إضافة المواد الحافظة	التجّار و العامة	من 2-6-2021 إلى 3-6-2021	امستردام
IRE	هذا المعرض يستهدف التجار لإيجاد فرص للربط بينهم	التجّار و العامة	من 15-6-2021 إلى 17-6-2021	ماس تريخت
IFES WORLD SUMMIT	هذا المعرض يستهدف صناعة المواد، و التجار في هذا النطاق	التجّار و العامة	من 23-6-2021 إلى 25-6-2021	امستردام
EUROTRADE FAIR INTERNATIONAL STOCKLOTS TRADE FAIR	هذا المعرض للشركاء في التصدير و الاستيراد بين الدول	التجّار و العامة	من 2-9-2021 إلى 3-9-2021	نيواخاين

9

## العملاء المحتملين

تحليل العملاء المحتملين 9.1

## • تقييم أهم العملاء المحتملين في هولندا:

التقييم	مجال الشركة	الشركة
★ ★ ★	بيع التجزئة والجملة	Oriental holding europe
★ ★ ★	بيع التجزئة والجملة	Intersnack nederland b.V
★ ★ ★	بيع التجزئة والجملة	Jfc holland b.V
★ ★	بيع التجزئة والجملة	tt noord-holland bv
★ ★	بيع التجزئة والجملة	Heuschen schrouff
★	بيع التجزئة والجملة	q&m fine food import
★	بيع التجزئة والجملة	Yobeli international

★ تم التواصل مع العميل

★ تستورد منتج مطابق

★ تم الحصول على خطاب اهتمام LOI

★ لديها موقع رسمي

★ لديها سجل شحنات





انتهی