**المستخلص عربي :**

تلعب المنشآت الصغيرة دوراً هاماً في اقتصاديات الدول العظمى والصغرى على حدٍ سواء حيث تساهم بحوالي 50% من الناتج القومي للعديد من هذه الدول بالإضافة إلى مساهمتها الكبيرة التي تصل إلى 50% في عملية التوظيف وفي خلق الوظائف الجديدة والتي وصلت في دولة مثل كندا إلى حوالي 60% من إجمالي الوظائف الجديدة.

أما المملكة العربية السعودية فهي ليست باستثناء من هذه الدول ولكن على الرغم من هذه الأهمية والدور الحيوي والاهتمام الذي أولته الدولة لهذا القطاع في خطة التنمية الخامسة والسادسة إلا أن هذا القطاع لم يحظى بالاهتمام الكافي الأمر الذي أدى إلى عدم قيامه بالدور المنوط به وقد أرجعت العديد من الدراسات أسباب ذلك القصور إلى عدد من الجوانب منها المالية والتنظيمية وعلى وجه الخصوص الجوانب التسويقية الشيء الذي أثر سلباً على أداء المنشآت الصغيرة.

وسوف يتناول الباحث في هذه الدراسة أوجه القصور في النواحي التسويقية المنشآت الصغيرة والتي تؤثر بدورها على قدرة هذا القطاع الهام ممثلاً في مؤسساته في القيام بالدور المنتظر منه في المملكة العربية السعودية وذلك من خلال دراسة استقرائية وصفية تقوم على مسح ميداني لقطاعات المنشآت الصغيرة يتناول ( عدد 210 ) مفردة في عينة ممثلة لمدن المملكة تشمل مدينة جدة والرياض والدمام وتغطي قطاعات الورش والمصانع الصغيرة والمقاولات والخدمات والنقل.

**Abstract:**

Play a small role in the economies of large and small alike, as it contributes about 50% of the GNP of many of these countries, in addition to its contribution to the large, up to 50% in the recruitment process and in the creation of new jobs and that arrived in a country like Canada to about 60 % of total new jobs.

The Kingdom of Saudi Arabia is not the exception of these countries, but in spite of this importance and the vital role and the attention given by the State to this sector in the development plan the fifth and sixth but that this sector did not receive sufficient attention, which led to his failure to play its part has been attributed many of the studies the reasons for this failure to a number of aspects, including financial, regulatory and particular aspects of marketing the thing that had a negative impact on the performance of small enterprises.

Will address the researcher in this study, deficiencies in the marketing of small enterprises, which in turn affect the ability of this important sector represented in the institutions in carrying out the role expected of it in Saudi Arabia, through the study of inductive and descriptive based on field survey for the sectors of small deals (210 ) in a single representative sample of cities in the Kingdom including Jeddah, Riyadh and Dammam, covering the sectors of workshops and small factories, construction, services and transport.