

خفة الرياض

Riyadh Chamber

التقرير الاحصائي لشركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض

2017/1439

التقرير الاحصائي لشركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض

إعداد:

مركز دراية للدراسات والمعلومات
إدارة استطلاع الرأي

تنفيذ:

إدارة التسويق

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
5	المقدمة:
6	الهدف من المسح الميداني
6	المنهجية
7	آليات العمل
7	حصر المنشآت
7	تصحيح القوائم
9	أسلوب تنفيذ المسح الميداني
10	نتائج التحليل الإحصائي لمنشآت قطاع الاستقدام
10	التوزيع الجغرافي لمنشآت قطاع الاستقدام
11	صفة منشآت قطاع الاستقدام
12	نوع الاستقدام الذي يمارسه المكتب
13	الدول الأكثر طلباً من قبل العملاء
14	العملاء الأكثر إقبالاً على الاستقدام

- 15 أعداد العمالة التي تم استقدامها خلال السنوات (2015-2016)
- 16 متوسط سعر استقدام العامل/ العاملة الحالي
- 17 العوامل المؤثرة على استقدام العمالة
- 19 المدة الزمنية المستغرقة لاستقدام العمالة
- 20 الجهات المنافسة في قطاع الاستقدام
- 21 المشاكل التي تواجه قطاع الاستقدام
- 23 مدى تنفيذ حملات إعلانية وأساليب الترويج المستخدمة لجذب العملاء
- 25 الخطط المستقبلية لمنشآت قطاع الاستقدام
- 27 النتائج النهائية للمسح الميداني لمنشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام لعام 2017م

مقدمة

تسعى حكومة المملكة العربية السعودية جاهدة إلى توفير العمل لكل مواطن ومواطنة، ولتحقيق هذا الهدف فإن وزارة العمل والتنمية الاجتماعية ملزمة بعدم الموافقة على طلبات استقدام وتوظيف القوى العاملة غير السعودية إلا بعد تأكدها من عدم توفر القوى العاملة الوطنية المؤهلة.

إن استقدام الأيدي العاملة قد يكون ضرورياً في ظل نقص الخبرات الوطنية، أو عزوف القوى العاملة الوطنية عن العمل في بعض المهن، أو تعذر شغلها بقوى عاملة وطنية لأي سبب آخر، حيث أن نقص القوى العاملة عن حاجة سوق العمل يؤدي إلى تعثر عجلة النمو الاقتصادي، مما قد ينتج عنه اضطرابات اقتصادية أو اجتماعية. وفي المقابل فإن زيادة الاستقدام عن حاجة سوق العمل يضر بالمجتمع اقتصادياً واجتماعياً وأمنياً.

لذلك يعتبر استقدام القوى العاملة آية من آليات توازن سوق العمل لتوفير العمالة الوافدة للمهن والمهارات والتخصصات التي لا تتوفر بقدر كافٍ في سوق العمل الوطني، أو يتعذر شغلها بمواطنين، ومما سبق وبناء على رغبة مركز دراية للدراسات والمعلومات (إدارة استطلاع الرأي) بغرفة الرياض في القيام بدراسة المسح الشامل لمنشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض، بالإضافة إلى إصدار تقرير تحليلي عن القطاع مما يوفر قاعدة بيانات ومعلومات حديثة وصحيحة للقطاع لكي تكون مرجعاً لرجال وسيدات الأعمال والمستثمرين والباحثين، لذا فإن هذا التقرير التحليلي يوضح ملامح منشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام لعام 2017م، حيث استند تحليل المؤشرات على مجموعة من البيانات والمعلومات الأولية التي تم الحصول عليها من خلال حصر كافة المنشآت بالقطاع المستهدف والمقدر من قبل غرفة الرياض بنحو (263) منشأة، حيث تم إعداد كشف مدقق بحوي أسماء كل المنشآت المستهدفة وعناوينها الصحيحة وتم تسليمه لغرفة الرياض، كما تم الاستناد إلى استبيان محدد تم تصميمه لغرض جمع هذه البيانات موجه إلى هذه المنشآت. وذلك من خلال المقابلات المباشرة مع المستهدفين من المسح الميداني.

الهدف من المسح الميداني

يتمثل الهدف الرئيسي في رغبة غرفة الرياض في إجراء حصر ومسح شامل لشركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض من أجل:

1. توفير بيانات ومعلومات لخدمة رجال وسيدات الأعمال والمستثمرين والباحثين.
2. إصدار أدلة إلكترونية خاصة بالقطاع للتعريف بالمنشآت في مدينة الرياض.
3. إصدار تقرير احصائي عن القطاع في مدينة الرياض.

المنهجية

تم إتباع منهج التحليل الوصفي للمعلومات والبيانات التي تم جمعها من المسح الميداني للعينة المستهدفة، وفق الأسس العلمية والمهنية المتعارف عليها، ومن خلال المقابلات المباشرة لاستيفاء متطلبات المسح.

آليات العمل

حصر المنشآت

قام المكتب الاستشاري بحصر كافة المنشآت بالقطاع المستهدف والمقدر من قبل غرفة الرياض بنحو 263 منشأة، وتم إعداد كشف مدقق يحوي أسماء كل المنشآت المستهدفة وعناوينها الصحيحة وتم تسليمه لغرفة الرياض.

تصحيح القوائم

اشتمل تصحيح القوائم على قاعدة بيانات الشركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض (المنتسبين لغرفة الرياض، وزارة التجارة والاستثمار)، وكان من المتوقع أن يكون هناك بعض المنشآت عناوينها إما غير سليمة أو غير معروفة لذلك كان من الضروري التأكد منها بشتى الوسائل لذلك:

- قامت غرفة الرياض بتزويد الاستشاري بأسماء المنشآت المنتسبة والعناوين المسجلة لديها، وكذلك قائمة بعناوين مكاتب الاستقدام المسجلة لدى وزارة التجارة والاستثمار.
- قام الاستشاري بتدقيق وتحديث بيانات تلك الشركات، ومن ثم تعبئة بيانات الشركات الصحيحة في الاستبيان المعتمد من غرفة الرياض.
- قام الاستشاري بحصر الشركات ذات العناوين غير الصحيحة أو غير المعروفة وتصحيحها.

وقد استفاد الاستشاري في إعداد ذلك من مصادر المعلومات الآتية:

- البيانات المتوفرة لدى غرفة الرياض.
- البيانات المتوفرة عن القطاع لدى وزارة التجارة والاستثمار.
- البيانات المتوفرة لدى وزارة العمل والتنمية الاجتماعية.
- البيانات المتوفرة لدى الجهات ذات العلاقة.

تم التأكد من صحة العناوين من خلال مختلف الوسائل ومن بينها: الاتصال هاتفياً أو عن طريق الفاكس، أو البحث والزيارة الميدانية، وكافة الأساليب والطرق الممكنة للتأكد من عنوان الشركات وموقعها. وتم إخلاء مسئولية غرفة الرياض من مهمة معرفة أو تصحيح العناوين غير الصحيحة.

وفيما يلي تفصيل الأساليب المتبعة لتصحيح قوائم المنشآت المنتسبة لغرفة الرياض:

1. أسلوب التعامل مع العناوين غير السليمة:

كان هناك نسبة من العناوين وأرقام الهاتف غير سليمة وفي هذه الحالة، تم الاتصال مع الجهة المعنية من خلال وسائل الاتصال المختلفة على سبيل المثال:

- الدليل التجاري.
- شبكة الإنترنت.
- استعلامات الدليل 905.

تولى هذه المهمة فريق اتصال سعودي تم تدريبه على كيفية البحث والحصول على البيانات والمعلومات الصحيحة عبر الوسائل المختلفة، وذلك من أجل تدقيق وصحة البيانات المقدمة من غرفة الرياض. وعند عدم الوصول إلى نتيجة رغم المحاولات المذكورة، تم تدوين المعلومات الأولية مثل: اسم الشركة، العنوان، والهاتف، وتم تبليغ الجهة المسئولة في غرفة الرياض بذلك، لمتابعة سير العمل ومعرفة معوقاته.

2. أسلوب التعامل مع حالات عدم الاستجابة:

كان من المتوقع أن تكون نسبة الاستجابة عالية، إلا أنه وجدنا أن هناك نسبة من الجهات المستهدفة كانت لا تستجيب، وفي هذه الحالة تم تكرار الاتصالات لعدة مرات. كما أن الفريق الميداني تم تدريبه على التعامل بالحكمة والإقناع مع شريحة المستهدفين، وتم تزويدهم بكافة الإمكانيات التي تحقق الثقة بينهم وبين هذه الفئة، ومن بين وسائل الإقناع التوضيح بأن نتائج المسح ستكون في صالح شركاتهم، وسيتم التعامل معها بسرية تامة. وعند عدم الوصول إلى نتيجة رغم المحاولات المذكورة، تم تدوين المعلومات

الأولية مثل: اسم الشركة، العنوان، والهاتف، وتم تبليغ الجهة المسؤولة في غرفة الرياض بذلك، لمتابعة سير العمل ومعرفة معوقاته.

أسلوب تنفيذ المسح الميداني

1. تم تحديد حجم العينة المستهدفة في المسح الميداني لمنشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام في مدينة الرياض ب (263) مفردة إلا أنه أثناء إجراء عملية المسح وصل عدد العينة إلى 277 مفردة بزيادة مقدارها 14 مفردة.
2. غطت العينة كافة مناطق مدينة الرياض (الشمال، الجنوب، الشرق، الوسط، والغرب).
3. تم تصميم الاستبانة واعتمادها من غرفة الرياض قبل جمع البيانات:
4. تم إجراء المسح الميداني ومراجعة وتدقيق وتحليل الاستبانة على النحو التالي:
 - تكوين فريق العمل الميداني وتدريبه.
 - تقسيم فريق العمل إلى مجموعات.
 - تحديد مشرف مسح ميداني لكل مجموعة.
 - وضع الاستبانة على جهاز اللوح الكفي الالكتروني «Tablet».
 - تسليم كل باحث جهاز اللوح الكفي الالكتروني «Tablet».
 - تسليم الباحثين الاستبانات المعبأة إلى المشرف على المسح الميداني للتدقيق.
 - وضع خطة لمتابعة عدم الاستجابة حسب كل حالة.
 - تدقيق الاستبانات ومراجعتها.
5. تقديم التقرير التحليلي للمسح الميداني:
 - تم إدخال البيانات في جهاز الحاسب الآلي.
 - تم تحليل البيانات إحصائياً وفق برنامج SPSS.
 - إعداد تقرير تحليلي للبيانات وتقديمه لغرفة الرياض.

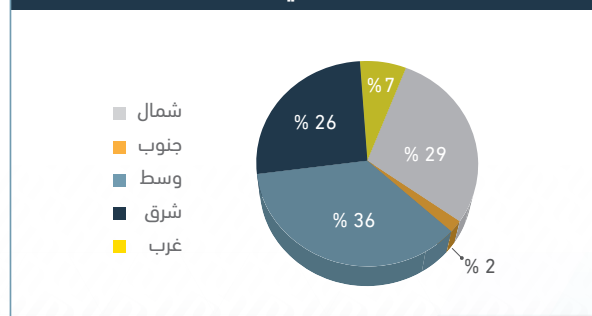
نتائج التحليل الإحصائي لمنشآت قطاع الاستقدام

التوزيع الجغرافي لمنشآت قطاع الاستقدام

أظهرت النتائج أن التوزيع الجغرافي لمنشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام توزعت على نحو 36 % في وسط مدينة الرياض و 29 % في شمال مدينة الرياض و 26 % في شرق مدينة الرياض، و 7 % في غرب مدينة الرياض، و 2 % في جنوب مدينة الرياض، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (1).

جدول رقم (1): التوزيع الجغرافي لمنشآت قطاع الاستقدام						
المجموع	غرب	شرق	وسط	جنوب	شمال	البيان
277	21	72	99	5	80	عدد المنشآت
% 100	7	26	36	2	29	النسبة %

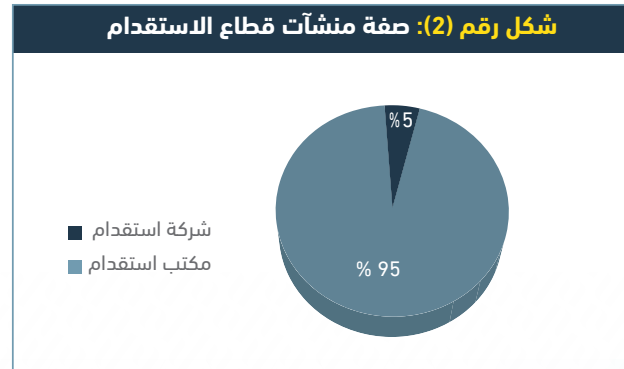
شكل رقم (1) التوزيع الجغرافي لمنشآت قطاع الاستقدام



صفة منشآت قطاع الاستقدام

أشارت النتائج أن صفة منشآت قطاع الاستقدام توزعت على 95 % يسيطر عليها مكاتب الاستقدام، و5 % شركات الاستقدام، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (2).

جدول رقم (2): صفة منشآت قطاع الاستقدام		
شركة استقدام	مكتب استقدام	صفة المنشأة
14	263	عدد المنشآت
% 5	% 95	النسبة %



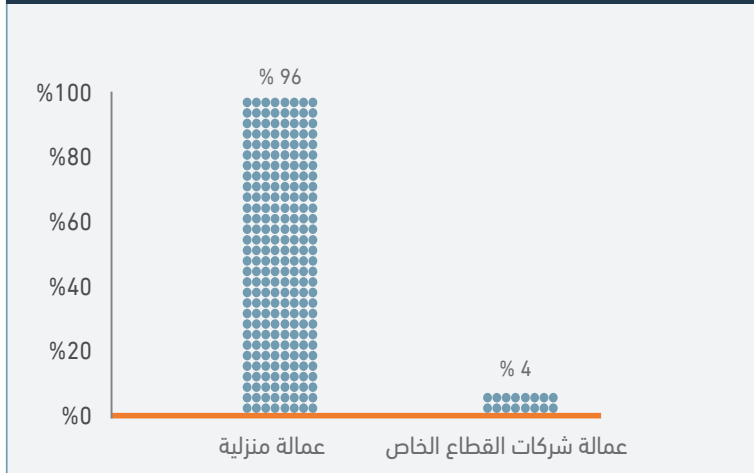
نوع الاستقدام الذي يمارسه المكتب

تشير النتائج أن أكثر مكاتب الاستقدام تمارس عمل استقدام العمالة المنزلية، حيث وجد أن 96% من مكاتب الاستقدام تمارس نشاط استقدام العمالة المنزلية، تليها 4% من المكاتب تمارس استقدام عمالة شركات القطاع الخاص، ويعزى السبب في ذلك إلى أن شركات القطاع الخاص تلجأ إلى قنوات رسمية أخرى لتوفير عمالتها، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (3).

جدول رقم (3): نوع الاستقدام الذي يمارسه المكتب

نوع الاستقدام	عمالة منزلية	عمالة شركات القطاع الخاص
عدد المنشآت	267	10
النسبة %	96	4

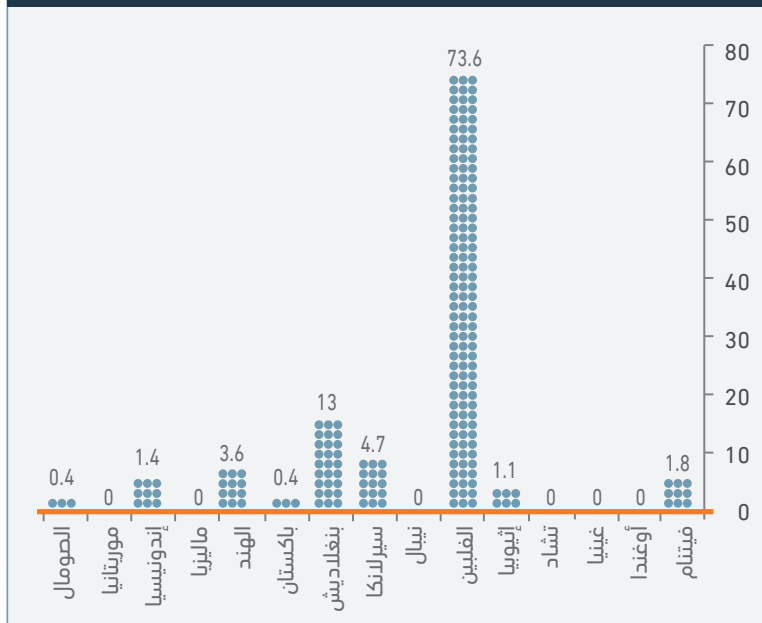
شكل رقم (3): نوع الاستقدام الذي يمارسه المكتب



الدول الأكثر طلباً من قبل العملاء

تشير النتائج أن الدول الأكثر طلباً من قبل العملاء على الاستقدام كانت من الفلبين بنسبة 73.6 %، ويليهها بنغلاديش بنسبة 13 %، ثم سيرلانكا بنسبة 4.7 %، والهند بنسبة 3.6 %، وفيتنام بنسبة 1.8 %، وإندونيسيا بنسبة 1.4 %، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (4).

شكل رقم (4): الدول الأكثر طلباً على استقدام عمالتها من قبل العملاء



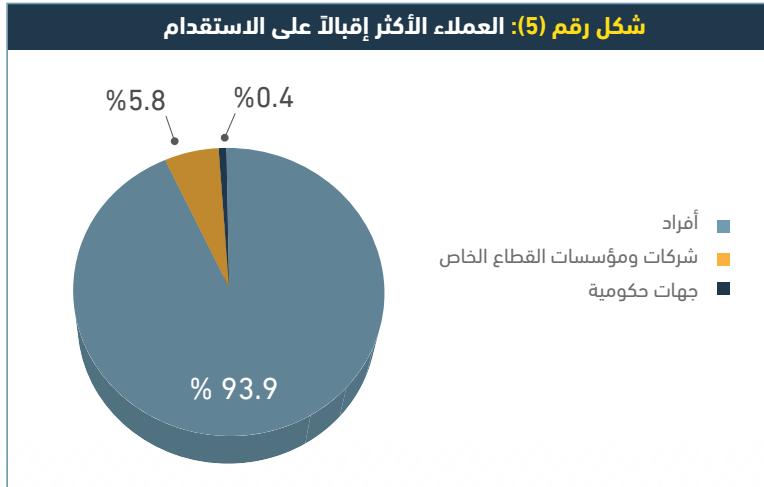
جدول رقم (4): الدول الأكثر طلباً على استقدام عمالتها من قبل العملاء

الدولة	عدد المنشآت	النسبة %
الصومال	1	0.4
موريتانيا	0	0.0
إندونيسيا	4	1.4
ماليزيا	0	0.0
الهند	10	3.6
باكستان	1	0.4
بنغلاديش	36	13
سيرلانكا	13	4.7
نيبال	0	0.0
الفلبين	204	73.6
إثيوبيا	3	1.1
تشاد	0	0.0
غينيا	0	0.0
أوغندا	0	0.0
فيتنام	5	1.8

جدول رقم (5): العملاء الأكثر إقبالاً على الاستقدام

العملاء	أفراد	شركات ومؤسسات القطاع الخاص	جهات حكومية
عدد المنشآت	260	16	1
النسبة %	% 93.9	% 5.8	% 0.4

شكل رقم (5): العملاء الأكثر إقبالاً على الاستقدام



العملاء الأكثر إقبالاً على الاستقدام

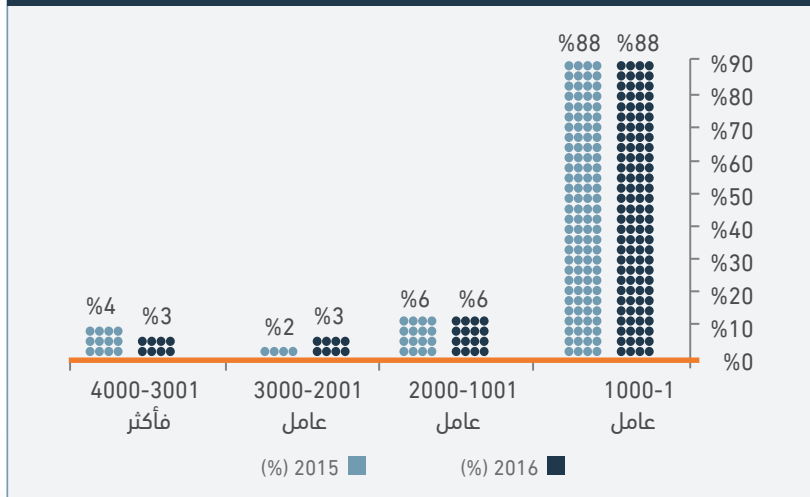
أوضحت النتائج أن 93.9 % من العينة أشاروا إلى أن الأفراد هم الأكثر إقبالاً على الاستقدام، يليهم شركات ومؤسسات القطاع الخاص بنسبة 5.8 %، ثم الجهات الحكومية بنسبة 0.4 %. وهذا ما يوضحه الجدول رقم (5).

ويعزى السبب في ارتفاع تعامل الأفراد مع مكاتب الاستقدام إلى أن أكثر طلباتهم موجهة لاستقدام العمالة المنزلية، في حين أن شركات القطاع الخاص توفر حاجتها من الأيدي العاملة عبر قنوات رسمية غير هذه المكاتب.

جدول رقم (6): نسب العمالة التي تم استقدامها خلال السنوات (2015-2016)

السنوات		عدد العمال
2016	2015	
% 88	% 88	1 - 1000 عامل
% 6	% 6	1001 - 2000 عامل
% 2	% 3	2001 - 3000 عامل
% 4	% 3	3001 - 4000 فأكثر

شكل رقم (6): نسب العمالة التي تم استقدامها خلال السنوات (2015-2016)



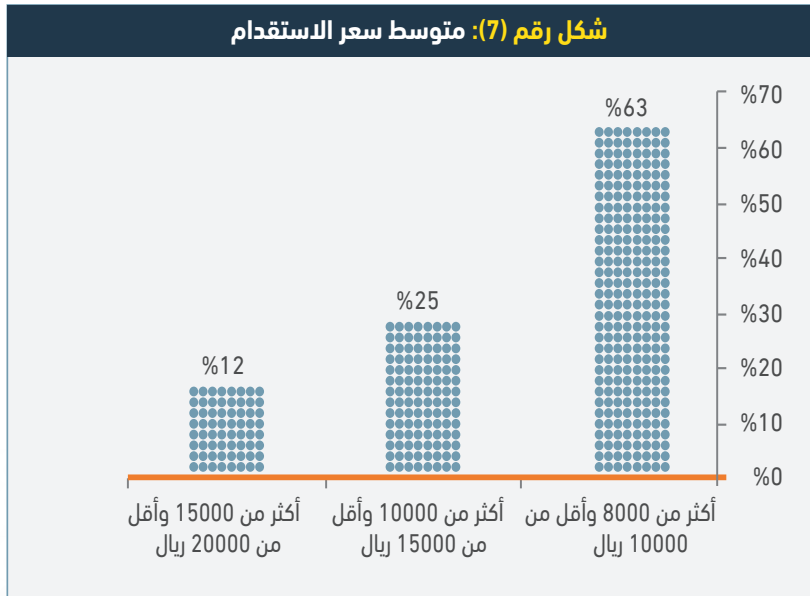
أعداد العمالة التي تم استقدامها خلال السنوات 2015-2016م

أوضحت النتائج أن نسبة عدد العمال الذين تم استقدامهم خلال السنوات (2015 - 2016م) ضمن فئة (1 - 1000) عامل بلغت 88 % في كل سنة، في حين بلغت 6 % لفئة (1001 - 2000) عامل في كل سنة، بينما لفئة (2001 - 3000) عامل بلغت 3 % خلال عام 2015م، و 2% خلال عام 2016م، أما فئة (3001 - 4000) فأكثر) بلغت النسبة 3 % خلال عام 2015م، و 4 % خلال عام 2016م، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (6).

جدول رقم (7): متوسط سعر الاستقدام

النسبة (%)	عدد المكاتب	متوسط سعر الاستقدام
63	174	أكثر من 8000 وأقل من 10000 ريال
25	70	أكثر من 10000 وأقل من 15000 ريال
12	33	أكثر من 15000 وأقل من 20000 ريال
% 100	277	المجموع

شكل رقم (7): متوسط سعر الاستقدام



**متوسط سعر استقدام العامل /
العاملة الحالي**

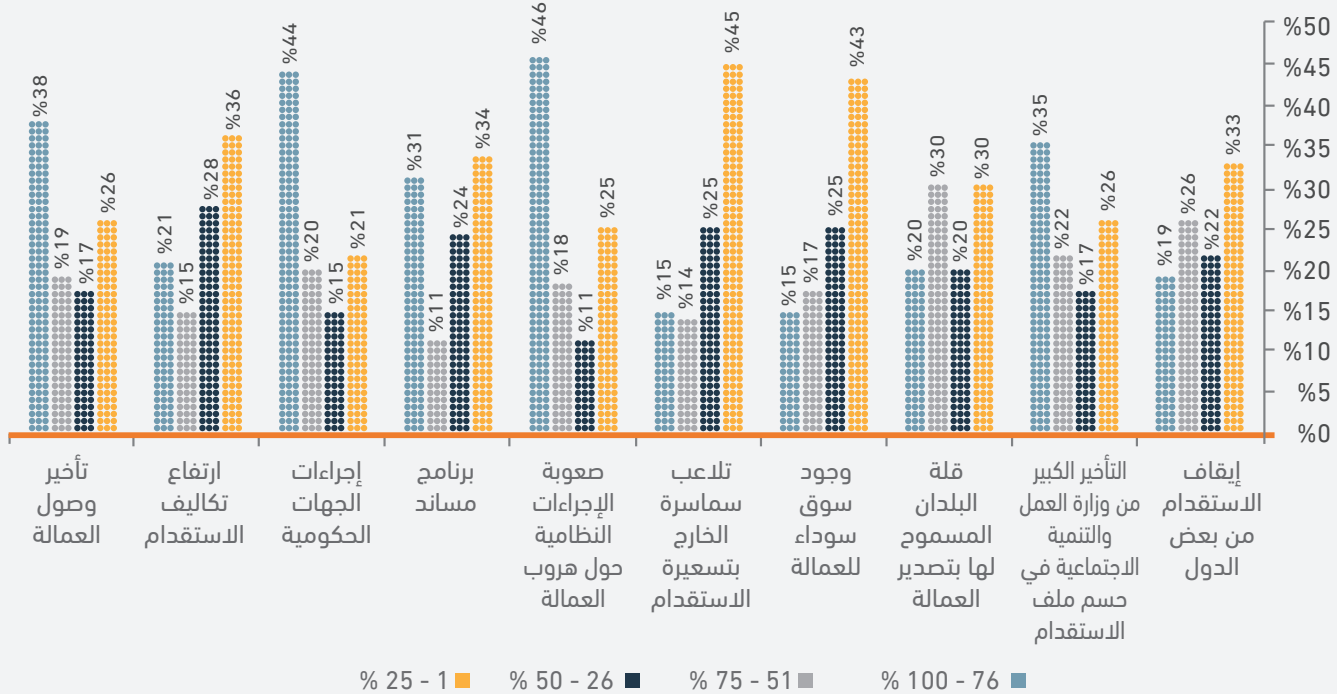
أوضحت النتائج أن 63 % من أصحاب منشآت قطاع الاستقدام يرون أن متوسط سعر الاستقدام يتراوح ما بين أكثر من 8000 وأقل من 10000 ريال، في حين 25 % يرون أن متوسط السعر يتراوح ما بين أكثر من 10000 وأقل من 15000 ريال، بينما يرى 12 % أن متوسط السعر يتراوح ما بين أكثر من 15000 وأقل من 20000 ريال وهذا ما يوضحه الجدول رقم (7).

العوامل المؤثرة على استقدام العمالة

تباينت الآراء حول العوامل المؤثرة على استقدام العمالة حيث يرى نحو (46 %) من العينة أن صعوبة الإجراءات النظامية في حالة هروب العمالة هي من أهم العوامل المؤثرة على استقدام العمالة، بينما يرى 44 % أن إجراءات الجهات الحكومية هي أهم العوامل المؤثرة في الاستقدام، في حين أن 38 % يرون أن تأخير وصول العمالة هي أهم العوامل المؤثرة، إلا أن التأخير الكبير من وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في حسم ملف الاستقدام جاء بنسبة 35 % من المجموع الكلي للعينة. وهذا ما يوضحه الجدول رقم (8).

جدول رقم (8): العوامل المؤثرة على استقدام العمالة				
نسبة التأثير				البيان
% 100-76	% 75-51	% 50-26	% 25-1	
19 %	26 %	22 %	33 %	إيقاف الاستقدام من بعض الدول
35 %	22 %	17 %	26 %	التأخير الكبير من وزارة العمل والتنمية الاجتماعية في حسم ملف الاستقدام
20 %	30 %	20 %	30 %	قلة البلدان المسموح لها بتصدير العمالة
15 %	17 %	25 %	43 %	وجود سوق سوداء للعمالة
15 %	14 %	25 %	45 %	تلاعب سماسرة الخارج بتسعيرة الاستقدام
46 %	18 %	11 %	25 %	صعوبة الإجراءات النظامية حول هروب العمالة
31 %	11 %	24 %	34 %	برنامج مساند
44 %	20 %	15 %	21 %	إجراءات الجهات الحكومية
21 %	15 %	28 %	36 %	ارتفاع تكاليف الاستقدام
38 %	19 %	17 %	26 %	تأخير وصول العمالة

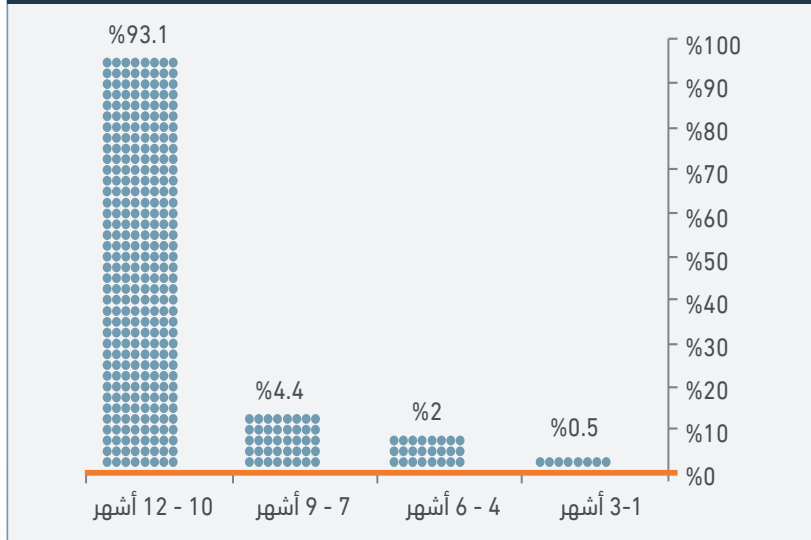
شكل رقم (8): العوامل المؤثرة على استقدام العمالة



جدول رقم (9): المدة الزمنية المستغرقة لاستقدام العمالة

النسبة (%)	المدة الزمنية
0.5 %	3-1 أشهر
2 %	6-4 أشهر
4.4 %	9-7 أشهر
93.1 %	12-10 أشهر

شكل رقم (9): المدة الزمنية المستغرقة لاستقدام العمالة



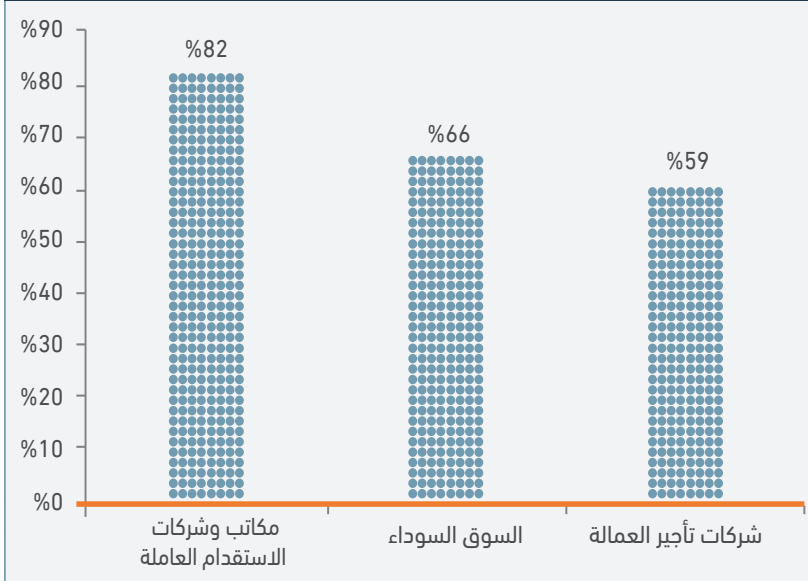
المدة الزمنية المستغرقة لاستقدام العمالة

أوضحت النتائج أن أغلب منشآت قطاع الاستقدام يرون أن الفترة الزمنية لاستقدام العمالة تأخذ فترة زمنية من 10 إلى 12 شهراً. حيث يرى نحو 93 % من العينة ذلك. وهذا ما يمكن توضيحه بالجدول رقم (9).

جدول رقم (10): الجهات المنافسة لقطاع الاستقدام

البيان	درجة المنافسة (%)
مكاتب وشركات الاستقدام العاملة	82 %
السوق السوداء	66 %
شركات تأجير العمالة	59 %

شكل رقم (10): الجهات المنافسة لقطاع الاستقدام



الجهات المنافسة في قطاع الاستقدام

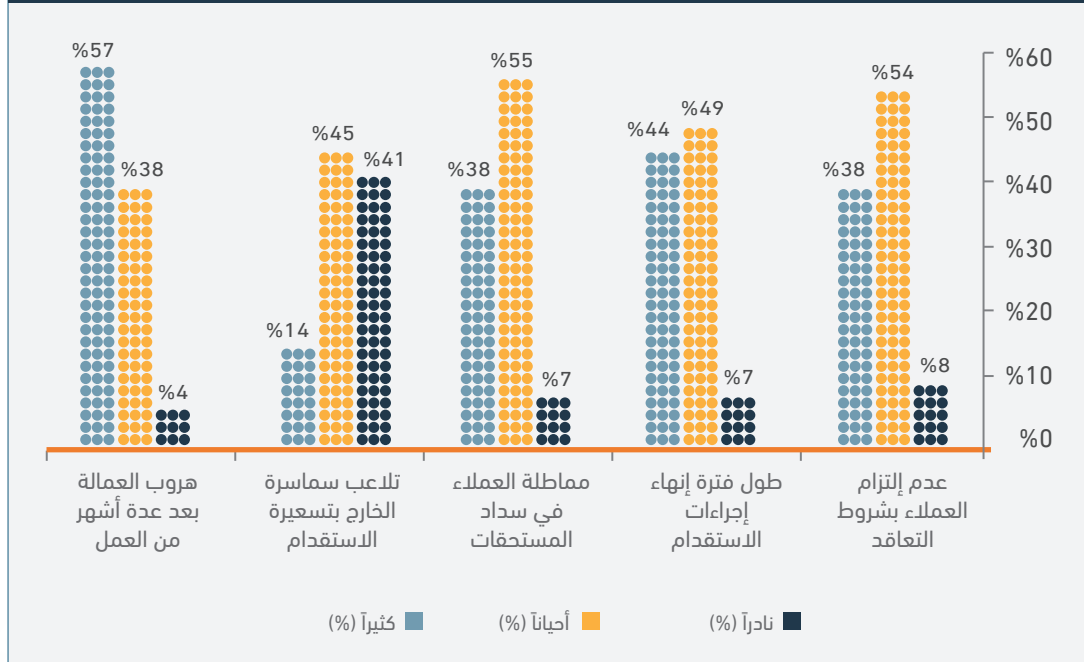
أوضحت النتائج أن شدة المنافسة في السوق قائمة بين مكاتب الاستقدام نفسها لجذب العملاء، حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 82 %، يليها السوق السوداء في المرتبة الثانية بنسبة 66 %، وجاءت في المرتبة الثالثة شركات تأجير العمالة بنسبة 59 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم (10).

المشاكل التي تواجه قطاع الاستقدام

أوضحت النتائج أن 57 % يرون أن هروب العمالة بعد عدة أشهر من العمل هي من أهم المشاكل التي تواجه قطاع الاستقدام، ويليه في المرتبة الثانية طول فترة إنهاء إجراءات الاستقدام بنسبة 44 %، وجاء في المرتبة الثالثة عدم التزام العملاء بشروط التعاقد ومماثلة العملاء في سداد المستحقات بنسبة 38 % . وهذا ما يوضحه الجدول رقم (11).

جدول رقم (11): المشاكل التي تواجه قطاع الاستقدام			
درجة التكرار			البيان
كثيراً (%)	أحياناً (%)	نادراً (%)	
38 %	54 %	8 %	عدم التزام العملاء بشروط التعاقد
44 %	49 %	7 %	طول فترة إنهاء إجراءات الاستقدام
38 %	55 %	7 %	مماثلة العملاء في سداد المستحقات
14 %	45 %	41 %	تلاعب سماسرة الخارج بتسعيرة الاستقدام
57 %	38 %	4 %	هروب العمالة بعد عدة أشهر من العمل

شكل رقم (11): المشاكل التي تواجه قطاع الاستخدام



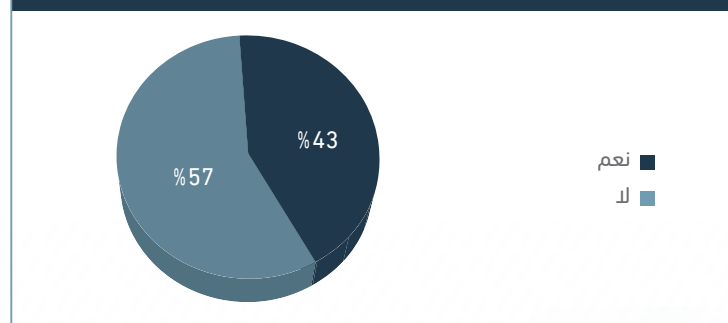
مدى تنفيذ حملات إعلانية وأساليب الترويج المستخدمة لجذب العملاء

أوضحت النتائج أن 43 % ينفذون حملات إعلانية لجذب العملاء، في حين أن 57 % لا ينفذون حملات ترويجية أو إعلانية. كما وجد أن 91 % من الذين ينفذون حملات إعلانية يستخدمون الإنترنت للترويج لجذب العملاء، و 34 % يستخدمون الإعلانات بالصحف للدعاية، و 16 % يجذبون العملاء عن طريق الرسائل القصيرة SMS وهذا ما يوضحه الجدولين ذوات الأرقام (12، 13).

جدول رقم (12): مدى تنفيذ الحملات الإعلانية

لا	نعم	
159	119	عدد المنشآت
% 57	% 43	النسبة %

شكل رقم (12): مدى تنفيذ الحملات الإعلانية

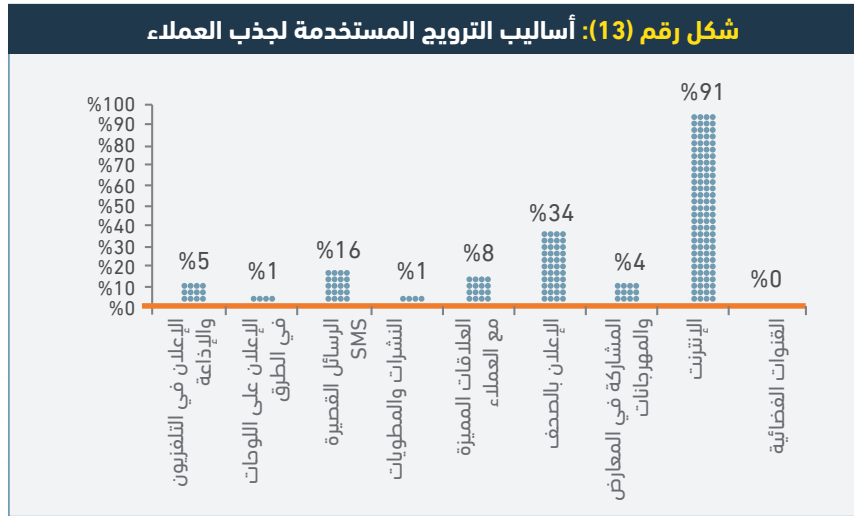


جدول رقم (13): أساليب الترويج المستخدمة لجذب العملاء

عدد المنشآت	الإعلان في التلفزيون والإذاعة	الإعلان على الطرق والشوارع	الرسائل القصيرة SMS	النشرات والمطويات	العلاقات مع العملاء المميزة	الإعلان بالصحف	المشاركة في المعارض والمهرجانات	الإنترنت	القنوات الفضائية
6	1	19	1	1	10	40	5	108	0
النسبة %	5	16	1	1	8	34	4	91	0

* ملاحظة: هذا السؤال يتضمن اختيار أكثر من إجابة للمبحوثين

شكل رقم (13): أساليب الترويج المستخدمة لجذب العملاء



الخطط المستقبلية لمنشآت قطاع الاستقدام

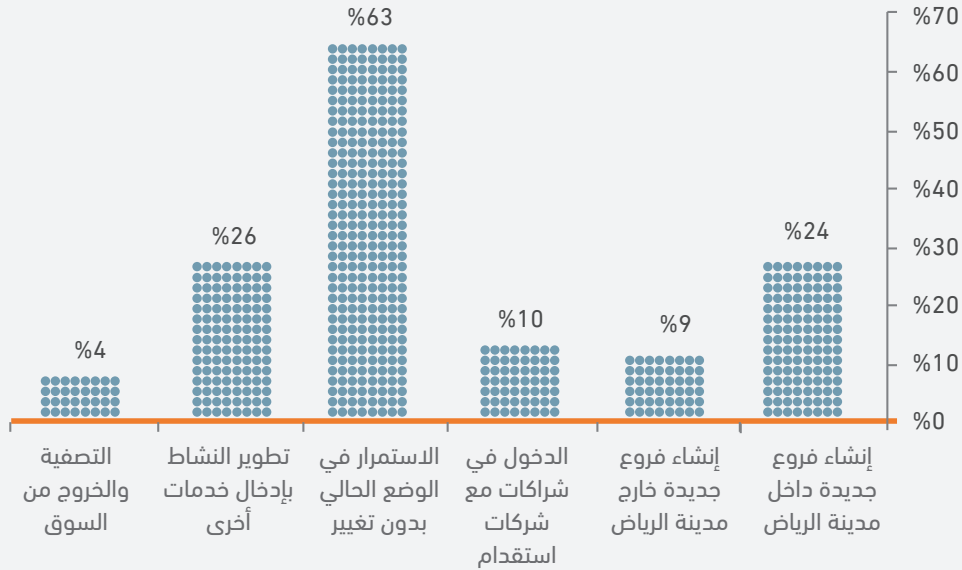
أوضحت النتائج أن أغلب منشآت قطاع الاستقدام مستمرون في الوضع الحالي بدون تغيير بدافع الحيطة والحذر، حيث يرى 63 % من العينة الاستمرار في الوضع الحالي دون تغيير في ظل الظروف الحالية، في حين أن 26 % لديهم خطط مستقبلية لتطوير النشاط بإدخال خدمات أخرى، بينما 24 % لديهم خطط مستقبلية لإنشاء فروع جديدة داخل مدينة الرياض ويعزى السبب في ذلك أن الترقب والحذر يسود أصحاب مكاتب الاستقدام بسبب الوضع الاقتصادي، وفرض رسوم إضافية على المقيمين، وسعودة وتوطين الوظائف في بعض القطاعات الاقتصادية.

جدول رقم (14): يوضح أعداد ونسب الخطط المستقبلية لمنشآت قطاع الاستقدام

التصفية والخروج من السوق	تطوير النشاط بإدخال خدمات أخرى	الاستمرار في الوضع الحالي بدون تغيير	الدخول في شركات مع شركات استقدام	إنشاء فروع جديدة خارج مدينة الرياض	إنشاء فروع جديدة داخل مدينة الرياض	الخطط المستقبلية
10	71	174	27	24	66	عدد المنشآت
% 4	% 26	% 63	% 10	% 9	% 24	النسبة %

* ملاحظة: هذا السؤال يتضمن اختيار أكثر من إجابة للمبحوثين

شكل رقم (14): يوضح أعداد ونسب الخطط المستقبلية لمنشآت قطاع الاستقدام



النتائج النهائية للمسح الميداني لمنشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام لعام 2017م

1. أظهرت نتائج المسح الميداني أن الغالبية العظمى من منشآت قطاع شركات ومكاتب الاستقدام تصنف تحت مسمى مكتب استقدام حيث يمثلون 95 % من إجمالي العينة، في حين 5 % يصنفون كشركة استقدام.
2. تشير النتائج أن العمالة المنزلية هي الأكثر طلباً على الاستقدام، حيث أشار 96 % من العينة أن طلبات استقدام العمالة المنزلية تحتل المرتبة الأولى، في حين أن طلبات الاستقدام الخاصة بشركات القطاع الخاص شكلت 4 % من المجموع الكلي للعينة. ويعزى السبب في ذلك إلى أن شركات القطاع الخاص توفر حاجتها من العمالة عبر قنوات رسمية غير مكاتب الاستقدام.
3. تعتبر العمالة الفلبينية والبنغلاديشية الأكثر طلباً لدى العملاء مقارنة بالدول الأخرى، حيث جاءت نسبة الاستقدام 83 %، ونسبة التفضيل 73.7 % مقارنة بالدول الأخرى.
4. أوضحت النتائج أن نسبة عدد العمال الذين تم استقدامهم خلال السنوات (2015 - 2016م) ضمن فئة (1 - 1000) عامل بلغت 88 % في كل سنة، في حين بلغت 6 % لفئة (1001 - 2000) عامل في كل سنة، بينما لفئة (2001 - 3000) عامل بلغت 3 % خلال عام 2015م، و 2 % خلال عام 2016م، أما فئة (3001 - 4000) فأكثر) بلغت النسبة 3 % خلال عام 2015م، و 4 % خلال عام 2016م.
5. أظهرت النتائج أن أهم العوامل التي تؤثر على الاستقدام جاءت على النحو التالي:
 - هروب العمالة بعد فترة وجيزة من وصولها بنسبة 46 %.
 - صعوبة الإجراءات الحكومية بنسبة 44 %.
 - تأخير وصول العمالة بنسبة 38 %.
 - تأخير وزارة العمل في حسم ملف الاستقدام بنسبة 35 %.
6. أظهرت النتائج أن المدة الزمنية المستغرقة لاستقدام العمالة تتراوح ما بين (10-12) شهراً، حيث يرى 90 % من أصحاب منشآت قطاع الاستقدام أن أغلب العمالة من مختلف الدول تستغرق مدة زمنية تتراوح من (10-12) شهراً.

7. وجد أن المنافسة بين منشآت قطاع الاستقدام قوية جداً لجذب العملاء حيث أفاد 82 % من العينة أن شدة المنافسة بين مكاتب الاستقدام تأتي في المرتبة الأولى في حين جاءت في المرتبة الثانية كجهة منافسة لمكاتب الاستقدام السوق السوداء بنسبة 66 %، بينما احتلت المرتبة الثالثة شركات تأجير العمالة بنسبة 59 %.
8. أظهرت النتائج أن أهم المشاكل التي تواجه منشآت قطاع الاستقدام هي:
- هروب العمالة بعد عدة أشهر من استقدامها بنسبة 57 %.
 - طول فترة إنهاء إجراءات الاستقدام بنسبة 44 %.
 - عدم التزام العملاء بشروط التعاقد ومماطلة العملاء في سداد المستحقات بنسبة 38 %.
9. أظهرت النتائج أن 43 % من أصحاب منشآت قطاع الاستقدام ينفذون حملات إعلانية لجذب العملاء و 90 % منهم يستخدمون الإنترنت كوسيلة إعلانية، في حين أن 57 % من أصحاب منشآت قطاع الاستقدام لا ينفذون حملات ترويجية أو إعلانية لجذب العملاء.
10. أظهرت النتائج أن الخطط المستقبلية لمنشآت قطاع الاستقدام جاءت على النحو الآتي:
- الاستمرار في الوضع الحالي بدون تغيير بدافع الحيطة والحذر بنسبة 63 %.
 - تطوير النشاط بإدخال خدمات أخرى بنسبة 26 %.
 - إنشاء فروع جديدة داخل مدينة الرياض بنسبة 24 %.

خفة الرياض

Riyadh Chamber

ص.ب. 596 الرياض 11421 PO Box 596 Riyadh 11421 | rdchamber@rdcci.org.sa | riadhchamber.org.sa

riyadhchamber     