**المستخلص عربي :**

قامت الدراسة باختبار مدى توفر واستخدام نظم المعلومات التسويقية في قطاع صناعة المواد الغذائية وتحديد مدى مساهمة نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات الإستراتيجية كما قامت الدراسة بالعرف على العوائق الإدارية التي تحد من استخدام نظام المعلومات التسويقية بكفاءة من قبل المصانع المحلية .

واعتمدت الدراسة في الحصول على البيانات والمعلومات على عينة عشوائية من مصانع المواد الغذائية في كل من جدة والرياض والدمام وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية .

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود نظم للمعلومات التسويقية لدى شريحة كبيرة من الشركات العاملة في مجال المواد الغذائية وتوصي الدراسة الشركات بأهمية توفير نظام للمعلومات التسويقية الذي يكون له أثر فعال عند اتخاذ القرارات التسويقية اللازمة .

**Abstract:**

The study tested the availability and use of marketing information systems in the food industry and determining the contribution of marketing information system in strategic decision-making has also custom study on administrative barriers that limit the use of marketing information system efficiently by local factories.

 The study was to obtain data and information on a random sample of the food factories in Jeddah and Riyadh and Dammam, the data were analyzed using statistical methods.

 The study found the lack of marketing information systems for a large segment of companies operating in the field of food and the importance of the study recommends that companies provide marketing information system, which have a significant effect when making marketing decisions necessary.