

مشروع التخرج

تحسين جودة لحوم الأغنام من خلال تطوير مرحلة التربية والتغذية في المشاريع الريادية: دراسة
تطبيقية على مشروع تربية الأغنام في السعودية

Enhancing the Quality of Sheep Meat through Improving the Breeding and Feeding
Stage in Entrepreneurial Projects: A Case Study of a Sheep Farming Venture in Saudi
Arabia

إعداد / عبداللطيف بن زيد الحارثي

الرقم الأكاديمي / 243001382

إشراف الدكتور/ أحمد راجح

العام الدراسي: 2025م

الإهداء

إلى والدي الغالي؛ السند الذي لا يلين، والسبب بعد الله في استمراري بالتعلّم، والداعم الأول لكل خطواتي العلمية.
وإلى والدتي الحبيبة؛ بثقتها التي تثبت العزم، وبدعواتٍ لا تنقطع كانت زادي في أوقات الانشغال والتعب.
وإلى إخوتي جميعاً، سَندي وركني الثابت في الحياة، على دعمهم غير المنقطع، وأخصّ أخي محمد لخبرته في هذا المجال
ولتوجيهاته ونقل تجاربه؛ إذ لم يبخل بفكرةٍ أو وقتٍ أو جهد.
وإلى زوجتي الغالية وأبنائي؛ لما قدّموه من دعمٍ نفسي ومعنوي وتفهمٍ للصعوبات التي مررت بها خلال مرحلة الماجستير، فكان
حضورهم الدائم محقّقاً على الإكمال والإتقان.
إليكم جميعاً... أهدي هذا العمل عرفاناً ومحبةً وتقديرًا

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم، فله الحمد أولاً وآخراً، ظاهراً وباطناً، على ما أنعم به من توفيق في طلب العلم وإتمام هذا البحث. وأسأله سبحانه أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه، نافعاً للعلم وطلابه، ومساهمةً متواضعةً في خدمة المعرفة.

أتقدّم بخالص الشكر والتقدير إلى الدكتور/ أحمد راجح، المشرف على هذه الدراسة، وإلى أعضاء هيئة التدريس الكرام على توجيهاتهم العلمية وملاحظاتهم البناءة أثناء إعداد خطة البحث ومناقشة السيمينار، مما أسهم في ضبط المنهجية وتحديد نطاق الدراسة وتركيزها على مرحلة التربية والتغذية. كما أتوجّه بالشكر إلى كلية الريادة والابتكار وإلى إدارة جامعة ميدأوشن ممثلةً بالكادر الأكاديمي والإداري على ما قدّموه من تسهيلات ودعم لوجستي وخدمات تعليمية مكّنت من إنجاز هذا العمل.

وأخصّ بجزيل الشكر والامتنان إلى أصحاب المشاريع الريادية الذين أبدوا تعاوناً كريماً، وشاركوا بيانات وتجارب من واقع مشاريعهم، مما أتاح إثراء هذا البحث بملامسة الجانب التطبيقي وربطه بالواقع العملي. لقد كان لعطاءهم الصادق ومشاركتهم الفعالة أثر واضح في تعزيز قيمة النتائج ومصداقيتها. وقد استُخدمت بيانات المشاريع كحالة دراسية ضمن إطار بحثي مستقل، مع الالتزام بالإجراءات المنهجية المعتمدة لضمان الموضوعية.

والشكر موصول لكل من ساهم في نشر الاستبيان أو المشاركة فيه؛ إذ أسهمت آراؤهم في إغناء النتائج وتعزيز موثوقيتها. وأتحمل وحدي مسؤولية أي خطأ أو سهو قد يرد في هذا العمل.

قائمة المحتويات

2	الإهداء.....
3	الشكر والتقدير.....
5	الملخص بالعربية.....
6	الملخص بالإنجليزية - Abstract.....
7	الفصل الأول: المقدمة.....
10	الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري والتحليلي.....
13	الفصل الثالث: منهجية البحث.....
15	الفصل الرابع: نتائج الدراسة.....
20	الفصل الخامس: ملخص الدراسة والتوصيات.....
22	المراجع.....
24	ملحق الدراسة – الاستبيان.....
24	رسالة الاستبيان بالعربية:.....
25	نموذج الاستبيان بالعربية:.....
27	رسالة الاستبيان بالإنجليزية:.....
29	نموذج الاستبيان بالإنجليزية:.....

الملخص بالعربية

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر ممارسات التربية والتغذية على جودة لحوم الأغنام وسلوك المستهلك الشرائي في المشاريع الريادية بالمملكة العربية السعودية. انطلقت الدراسة من فجوة بحثية تتمثل في نقص الأدلة التجريبية التي تربط بين التحسينات الميدانية (نوع العلف، فترة التشطيب، العمر عند الذبح) وبين إدراك المستهلك للجودة ونيته في إعادة الشراء أو الاستعداد للدفع.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي بمدخل كمي مدعوم بتحليل نوعي للإجابات المفتوحة، باستخدام استبيان إلكتروني شمل (115) مشاركاً، منهم (64) سبق لهم الشراء من مشاريع محلية. تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاءات الوصفية، وحساب مؤشر صافي المؤيدين (NPS)، بالإضافة إلى الترميز النوعي للإجابات. أظهرت النتائج أن تحسين ممارسات التربية والتغذية، مقروناً بالشفافية في الإفصاح، ينعكس إيجاباً على جودة محسوسة أعلى وثقة أقوى، مما يعزز النية الشرائية. كما تبين أن سد فجوة المعلومات بين المنتج والمستهلك يعد عاملاً أساسياً في تعزيز الولاء والاستعداد للدفع.

وتوصي الدراسة بتوحيد بروتوكول التشطيب، اعتماد ملصق شفافية، تحسين التغليف وسلسلة التبريد، وتبني برامج ولاء، بما يساهم في رفع جودة اللحوم وتعزيز تنافسية المشاريع الريادية.

الملخص بالإنجليزية - Abstract

This study examines the impact of breeding and feeding practices on sheep meat quality and consumer purchasing behavior in entrepreneurial projects in Saudi Arabia. The research addresses a clear gap in linking field improvements—such as feed type, finishing period, and slaughter age—with perceived quality, willingness to pay, and repurchase intentions.

A descriptive-analytical design with a quantitative approach supported by qualitative insights was adopted.

Data were collected through an online survey of 115 participants, including 64 who had previously purchased from local projects. Statistical analyses included descriptive measures, Net Promoter Score (NPS) calculations, and thematic coding of open-ended responses.

Findings reveal that improved breeding and feeding practices, combined with greater transparency, significantly enhance perceived quality and consumer trust, leading to stronger purchase intentions.

Moreover, bridging the information gap between producers and consumers emerged as a key driver of loyalty and willingness to pay.

The study recommends standardizing finishing protocols, adopting transparent labeling, improving packaging and cold chain practices, and implementing loyalty programs. These measures can strengthen meat quality, foster consumer trust, and enhance the competitiveness of entrepreneurial ventures in the Saudi market.

الفصل الأول: المقدمة

خلفية الدراسة ومشكلتها

تُعد جودة لحوم الأغنام أحد المحددات الرئيسة لرضا المستهلك وتفضيلاته الغذائية، وترتبط هذه الجودة بشكل مباشر بممارسات التربية والتغذية (Huang et al., 2023; Hossain et al., 2023) وفي المملكة العربية السعودية، ومع التوجه الاستراتيجي نحو تعزيز الأمن الغذائي المحلي وتحقيق مستهدفات رؤية 2030، تزداد الحاجة إلى تطوير هذه الممارسات باعتبارها أداة فاعلة لرفع جودة الإنتاج وتعزيز التنافسية والاستدامة (Giráldez et al., 2021; Payne et al., 2020). تشكل مرحلة التربية والتغذية الحلقة الأهم في سلسلة القيمة؛ إذ تنعكس قرارات العليقة، وفترة التشطيب، والعمر عند الذبح مباشرة على الجودة المحسوسة لدى المستهلك، بما يشمل الطزاجة والطراوة والنكهة (Álvarez et al., 2022; Wu et al., 2021). وبرغم وجود مبادرات محلية عديدة، لا تزال الشفافية حول ممارسات التربية والتغذية متفاوتة، الأمر الذي يترك فجوة في ثقة المستهلك واستعداده للدفع (Suliman et al., 2021; Sun & Jiang, 2022).

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود فجوة معرفية وتطبيقية تتعلق بكيفية إسهام التحسينات في مرحلة التربية والتغذية ضمن المشاريع الريادية المحلية في رفع الجودة المحسوسة للحوم وتعزيز السلوك الشرائي للمستهلك. ومن هنا يبرز التساؤل الرئيسي: كيف يمكن لهذه التحسينات أن تسهم في تحسين الجودة وتعزيز الثقة والنية لإعادة الشراء، وما الدور الذي تؤديه الشفافية في هذه العلاقة؟

أهمية الدراسة

- تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تمثل إضافة علمية وعملية على المستويين الوطني والأكاديمي، وذلك من خلال:
- ربط تطبيقي بين ممارسات التربية والتغذية وإدراك الجودة والسلوك الشرائي في سياق السوق السعودي (Huang et al., 2023).
 - تقديم حزمة سياسات تشغيلية قابلة للتطبيق في مشروع قائم يمكن تعميمها على مشاريع مماثلة. (Hossain et al., 2023).
 - تقديم حلول عملية لتحسين جودة اللحوم عبر التركيز على التربية والتغذية. (Giráldez et al., 2021).
 - دعم توجهات المملكة نحو إنتاج محلي عالي الجودة بما يتماشى مع رؤية 2030. (Payne et al., 2020).
 - سد فجوة بحثية حول العلاقة بين التربية والتغذية وجودة اللحوم في المشاريع الريادية بالسعودية. (Álvarez et al., 2022).

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. تحديد مستوى إدراك المستهلك لجودة لحوم الأغنام في ضوء ممارسات التربية والتغذية.
2. تحليل أثر الشفافية (الإفصاح عن نوع العلف/النظام) على الثقة والنية لإعادة الشراء.
3. توصيف استعداد المستهلك للدفع مقابل جودة أعلى ناتجة عن تحسين التربية والتغذية.
4. صياغة توصيات تشغيلية لتوحيد بروتوكول التشطيب والتغليف وسلسلة التبريد.

فرضيات الدراسة

- الفرضية 1: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تحسينات التربية والتغذية وإدراك الجودة المحسوسة.
- الفرضية 2: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين الشفافية والثقة والنية لإعادة الشراء.
- الفرضية 3: يوجد ارتباط إيجابي بين إدراك الجودة والاستعداد للدفع وتكرار الشراء.
- الفرضية 4: يؤثر العمر عند الذبح بشكل إيجابي في طراوة اللحم.

حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة مكانياً على المملكة العربية السعودية، وزمانياً على الفترة الممتدة بين يوليو وأغسطس 2025. وتركز موضوعياً على مرحلة التربية والتغذية ضمن سلسلة القيمة، فيما اقتصرت بشرياً على عينة ميسرة من المستهلكين البالغين تم جمع بياناتهم عبر استبيان إلكتروني.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

فيما يلي عرض لأبرز المصطلحات المستخدمة في الدراسة وتعريفاتها الإجرائية، مرتبة أبجدياً:

- الإفصاح/الشفافية: تقديم معلومات موثقة للمستهلك عن نوع العلف ونظام التربية وفترة التشطيب والعمر/الوزن عند الذبح عبر ملصق أو رمز. (Wu et al., 2021) QR
- التشطيب: (Finishing) مرحلة تسمين مكثفة قبل الذبح (≈ 4 أسابيع) تُعدّل فيها العليقة لتحسين الطراوة والنكهة (Giráldez et al., 2021).
- العلف المركّز: خلطات تجارية عالية الطاقة/البروتين تُستخدم أساساً في الحظائر، مثل منتجات أراسكو (Hossain et al., 2023).
- الجودة المحسوسة: تقييم المستهلك للطزاجة والطراوة والنكهة واللون والرائحة بناءً على خبرته الحسية. (Álvarez et al., 2022).
- المكملات: إضافات مثل الأملاح المعدنية والفيتامينات/السيلينيوم تُعطى بجرعات مضبوطة لتحسين الصحة والزيادة الوزنية. (Suliman et al., 2021)
- نية إعادة الشراء: توجه المستهلك للشراء مجدداً من نفس المنتج عند ثبوت جودة التربية والتغذية. (Payne et al., 2020).
- نافذة الذبح: نطاق العمر/الوزن المستهدف (≈ 3-9 أشهر؛ 12-25 كجم) لتحقيق طراوة وقبول حسي أفضل (Huang et al., 2023).

- سلسلة التبريد: إجراءات حفظ ونقل اللحم عند درجات حرارة مضبوطة للحفاظ على الطزاجة. (Álvarez et al., 2022)
- الاستعداد للدفع (WTP) قبول المستهلك لسعر أعلى مقابل جودة أعلى موثقة. (Wu et al., 2021)

هيكل الدراسة

يتكون البحث من الفصول التالية:

- الفصل الأول: المقدمة، المشكلة، الأهمية، الأهداف، الفرضيات، الحدود، المصطلحات.
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري والتحليلي.
- الفصل الثالث: المنهجية.
- الفصل الرابع: النتائج الكمية والنوعية ومناقشتها.
- الفصل الخامس: الخلاصة والتوصيات وآفاق البحث. المستقبلية

الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري والتحليلي

أولاً: خاتمة تحليلية للدراسات السابقة

أظهرت الأدبيات المعاصرة حول لحوم المجترات الصغيرة أن ممارسات التربية والتغذية، وخاصةً نوع العلف، فترة التشطيب، والمكملات الغذائية، ترتبط بشكل مباشر بمؤشرات الجودة الحسية لدى المستهلك، بما يشمل الطزاجة والطراوة والنكهة واللون والرائحة. (Huang et al., 2023; Hossain et al., 2023; Giráldez et al., 2021; Álvarez et al., 2022)

كما أكدت دراسات التسويق الغذائي أن العمر عند الذبح والوزن الحي يؤثران على البنية العضلية والدهنية، وهو ما ينعكس على تقبل المستهلك للطعم والقوام. (Payne et al., 2020; Wu et al., 2021)

ومن جانب الطلب، تتقاطع نتائج دراسات سلوك المستهلك مع الفرضية القائلة بأن الشفافية — أي الإفصاح عن نوع العلف ونظام التربية — تُعزز الثقة المدركة، وتحسّن النية لإعادة الشراء والاستعداد للدفع، خاصةً عند اقتراحها بتحسينات ملموسة في الجودة. (Wu et al., 2021; Álvarez et al., 2022).

ومع ذلك، تبقى الحساسية للسعر عاملاً حاسماً، ما يستلزم صياغة استراتيجية تسعير قائمة على القيمة (Value for Money) عبر ربط السعر بمزايا محسوسة مثل الطراوة الأعلى والنكهة الأغنى وسلامة المنتج. (Huang et al., 2023)

على المستوى المحلي، تشير الممارسات الريادية في مشاريع الأغنام — مثل الحالة المدروسة — إلى أن تثبيت بروتوكول تشطيب واضح (على سبيل المثال، 4 أسابيع قبل الذبح)، واعتماد أعلاف وتجارب تغذية معيارية، وتحسين التغليف وسلسلة التبريد، جميعها خطوات يمكن ترجمتها إدارياً إلى جودة متسقة قابلة للتوثيق. (Suliman et al., 2021; Sun & Jiang, 2022)

فجوة البحث

تعالج هذه الدراسة فجوة واضحة تتمثل في الربط التجريبي بين:

1. التحسينات المحددة في التربية والتغذية داخل مشروع ريادي محلي.
2. إدراك الجودة لدى المستهلك.
3. النية السلوكية (الاستعداد للدفع/إعادة الشراء)، مع فحص دور الشفافية كعامل معزز للثقة في سياق السوق السعودي.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة (تعريف المتغيرات)

- ممارسات التربية والتغذية: (Feeding & Breeding Practices) تشمل نوع العلف (مركزات/أعلاف خضراء)، فترة التشطيب قبل الذبح، واستخدام المكملات بجرعات مضبوطة؛ تُقاس إدراكياً عبر عبارات متعلقة بتأثير العلف والعمر عند الذبح وتفضيل الإفصاح (Hossain et al., 2023; Suliman et al., 2021)
- الشفافية/الإفصاح: (Transparency/Disclosure) إتاحة معلومات واضحة عن نوع العلف ونظام التربية وفترة التشطيب، وتضمنين بيانات قابلة للتحقق) مثل ملصق أو رمز QR يوضح الدفعة وبيانات الذبح (Wu et al., 2021; Álvarez et al., 2022).
- إدراك الجودة المحسوسة: (Perceived Quality) تقييم المستهلك للحوم وفق أبعاد حسية تشمل الطزاجة، الطراوة، النكهة، اللون، والرائحة. (Huang et al., 2023; Payne et al., 2020)

- السلوك الشرائي المقصود: (Behavioral Intention) الاستعداد للدفع الأعلى (WTP) ونية إعادة الشراء عند توفر جودة متميزة في التربية والتغذية. (Wu et al., 2021)

- المتغيرات الضابطة: (Controls) الجنس، الفئة العمرية، المنطقة، خبرة الشراء السابقة، وتكرار الشراء الشهري.

ثالثًا: النظريات المرتبطة بالدراسة

1. إطار سلسلة القيمة: (Value Chain) يوضح كيف يمكن لمرحلة التربية والتغذية، باعتبارها حلقة مبكرة في السلسلة، أن تولد قيمة محسوسة لاحقًا في المنتج النهائي (اللحم) وتنعكس هذه القيمة على رضا المستهلك وسلوكه الشرائي (Porter, 1985).
2. نظرية الإشارة: (Signaling Theory) تفترض أن الشفافية، من خلال الإفصاح عن نوع العلف والنظام، تمثل إشارة جودة تقلل من عدم تماثل المعلومات بين المنتج والمستهلك، مما يزيد الثقة ويعزز النية لإعادة الشراء (Spence, 1973; Wu et al., 2021).
3. نظرية السلوك المخطط: (TPB) تفسر كيفية تشكل النية السلوكية (الاستعداد للدفع/إعادة الشراء) عبر المواقف، والمعياري الاجتماعي، والتحكم السلوكي المدرك. ومن المتوقع أن يؤدي تحسن إدراك الجودة والشفافية إلى رفع النية الشرائية. (Ajzen, 1991; Álvarez et al., 2022)

رابعًا: الإطار التحليلي للدراسة (النموذج والفرضيات)

النموذج المفاهيمي (وصف نصي)

تحسينات التربية والتغذية (نوع العلف/فترة التشطيب/المكملات) → إدراك الجودة المحسوسة (طراوة، نكهة، إلخ) → النية السلوكية (الاستعداد للدفع/إعادة الشراء)، وتعمل الشفافية كآلية معززة (مُعدّل/رافعة) تزيد من أثر التحسينات على الإدراك والثقة، مع إدراج خصائص المشارك (العمر/الجنس/المنطقة/الخبرة) كمتغيرات ضابطة.

الفرضيات:

- الفرضية (1): ترتبط تحسينات التربية والتغذية إيجابيًا بإدراك الجودة المحسوسة.

- الفرضية(2): ترتبط الشفافية/الإفصاح إيجابيًا بإدراك الجودة والثقة، وتعزز النية لإعادة الشراء.
- الفرضية(3): يرتبط إدراك الجودة المحسوسة إيجابيًا بالاستعداد للدفع الأعلى وبنية إعادة الشراء.
- الفرضية(4): يؤثر العمر عند الذبح إيجابيًا في بُعد الطراوة ضمن إدراك الجودة.

الفصل الثالث: منهجية البحث

أولاً: تصميم الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بمدخل كمي، مدعومًا بتحليل نوعي للإجابات المفتوحة. ويهدف هذا التصميم إلى فهم تأثير ممارسات التربية والتغذية على جودة لحوم الأغنام من منظور المستهلك (Huang et al., 2023; Hossain et al., 2023).

استخدم الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، وذلك بما يتوافق مع أهداف الدراسة وفرضياتها.

تكونت أداة الدراسة من أربعة محاور رئيسية:

1. البيانات الديموغرافية للمشاركين.

2. تقييم الجودة المحسوسة.

3. الوعي والثقة بممارسات التربية والتغذية.

4. السلوك الشرائي.

كما تم تضمين ثلاثة أسئلة مفتوحة لاستخلاص آراء المشاركين ومقترحاتهم حول تحسين جودة اللحوم، بما يتيح دمج البعدين الكمي والنوعي في التحليل. (Wu et al., 2021)

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من مستهلكي لحوم الأغنام في المملكة العربية السعودية.

وقد تم اختيار عينة ميسرة من المشاركين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقنوات الاتصال المباشرة مع المستهلكين،

للوصول إلى الأفراد المهتمين بشراء اللحوم الطازجة من المشاريع المحلية والريادية. (Álvarez et al., 2022)

- العينة المستهدفة: ما بين (30-60) مشاركاً وفق الخطة الأولية.
- العينة الفعلية: تم جمع بيانات (115) مشاركاً، منهم (64) سبق لهم الشراء من مشروع محلي/ريادي.
- تم تحليل بنود المقياس الإحصائي على العينة الأخيرة.(64)

ثالثاً: أداة الدراسة وبنودها

تم تصميم الاستبيان بالاستناد إلى الأدبيات السابقة (Huang et al., 2023; Giráldez et al., 2021) وتضمن:

- البيانات العامة: الجنس، العمر، المنطقة، خبرة الشراء، وتكرار الشراء.
- الجودة المحسوسة: الطزاجة، الطراوة، النكهة، تأثير العمر على الطراوة، والفرق عند المراعي الطبيعية.
- الوعي والثقة: تأثير نوع العلف، تفضيل الإفصاح، أهمية العلف/النظام مقابل السعر.
- السلوك الشرائي: الاستعداد للدفع، نية إعادة الشراء.
- أسئلة مفتوحة: أهم عوامل الاختيار، مقترحات تحسين التربية والتغذية، اقتراحات أخرى.

استخدم المقياس العددي 0-10 لقياس درجة الاتفاق، حيث:

- (10-8) = مؤيدون.
- (7-5) = محايدون.
- (4-0) = معارضون.

رابعاً: إجراءات الجمع والاعتبارات الأخلاقية

- تم توزيع الاستبيان إلكترونياً خلال يوليو-أغسطس 2025 عبر Microsoft Forms.
- لم يتم جمع أي بيانات شخصية (الاسم أو البريد الإلكتروني).
- تم الحصول الموافقة الضمنية من المشاركين خلال الاستمرار في الإجابة على الاستبيان.(Wu et al., 2021)
- حُفظت البيانات بسرية تامة، واستُخدمت لأغراض أكاديمية بحثية.

خامساً: أسلوب التحليل

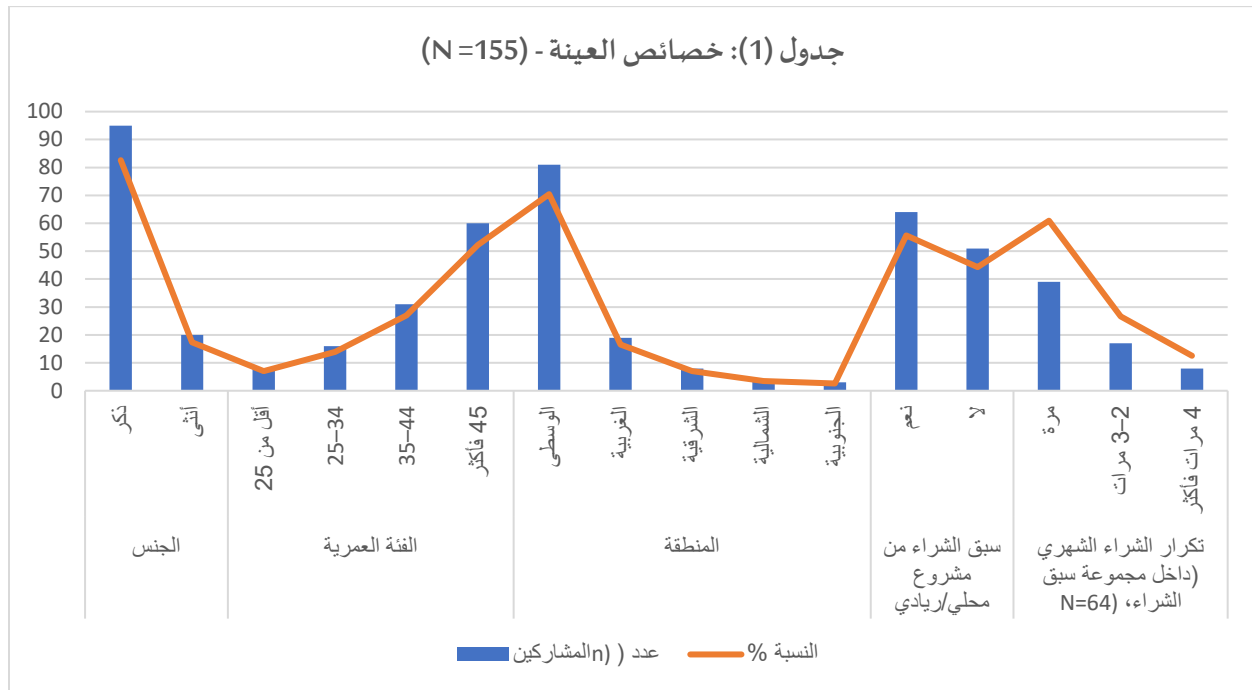
- الإحصاءات الوصفية: حساب النسب المئوية والتكرارات لخصائص العينة.
- مؤشر صافي المؤيدين = (NPS) (% المؤيدين) – (% المعارضين). (Reichheld, 2003)
- التحليل النوعي: باستخدام الترميز المفتوح للإجابات المفتوحة، ثم تجميعها في ثيمات رئيسية (Strauss & Corbin, 1998).

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

أولاً: الخصائص الديموغرافية (N=115)

يبين الجدول (1) الخصائص العامة للعينة (N=115)، مع التركيز على العينة الفرعية (N=64) الخاصة بمن سبق لهم الشراء من مشاريع محلية/ريادية.

- الجنس: ذكور 82.6%، إناث 17.4%.
- العمر: أقل من 25 سنة (7%)، 25–34 سنة (13.9%)، 35–44 سنة (27%)، 45 فأكثر (52.2%).
- المنطقة: الوسطى (70.4%)، الغربية (16.5%)، الشرقية (7%)، الشمالية (3.5%)، الجنوبية (2.6%).
- خبرة الشراء: نعم (55.7%)، لا (44.3%).
- تكرار الشراء الشهري: (N=64) مرة (60.9%)، 2–3 مرات (26.6%)، 4 مرات فأكثر (12.5%).



ملاحظة:

(N) = عدد الحالات داخل الفئة	(N=64) لبنود المقياس الخاصة بمن سبق لهم الشراء	(N=115) لخصائص العينة العامة
------------------------------	--	------------------------------

قراءة تحليلية

يتضح أن الذكور يشكلون الأغلبية (82.6%)، ما يعني أن آرائهم ستكون أكثر بروزاً في النتائج. كما أن غالبية العينة من الفئات العمرية الأكبر (35 سنة فأكثر بنسبة 79.2%)، وهي فئات غالباً أكثر خبرة في شراء اللحوم ومقارنة جودتها (Payne et al., 2020).

من الناحية الجغرافية، يتركز معظم المشاركون في المنطقة الوسطى (70.4%)، ما يعكس صورة قوية عن سوقها، لكنه يقلل نسبياً من تمثيل بقية المناطق.

أما من حيث الخبرة الشرائية، ف55.7% سبق لهم الشراء من مشاريع محلية/ريادية، ما يسمح بمقارنة بين ذوي الخبرة وغيرهم. داخل المجموعة الفرعية (N=64)، يتضح نمط استهلاك شهري منتظم، حيث يشتري 60.9% مرة واحدة على الأقل، ما يعكس ارتباطاً فعلياً مع منتجات الأغنام المحلية.

ثانياً: نتائج بنود المقياس (N=64)

يبين الجدول (2) نتائج البنود المتعلقة بالعينة الفرعية التي سبق لها الشراء.

جدول (2): نتائج بنود المقياس (N = 64)

رقم/البند	الوصف المختصر	مؤيدون (n) %	محايدون (n) %	معارضون (n) %	NPS
6	اللحم طازج وذو طعم مميز	68.8 (44)	12.5 (8)	18.8 (12)	+50.0
7	الطراوة تتأثر بعمر الذبح	71.9 (46)	15.6 (10)	12.5 (8)	+59.4
8	فرق الجودة عند المراعي الطبيعية	81.3 (52)	10.9 (7)	7.8 (5)	+73.5
9	نوع العلف يؤثر على الجودة	85.9 (55)	12.5 (8)	1.6 (1)	+84.3
10	تفضيل الإفصاح عن نوع العلف/النظام	79.7 (51)	7.8 (5)	12.5 (8)	+67.2
11	العلف/النظام أهم من السعر	68.8 (44)	18.8 (12)	12.5 (8)	+56.3
12	استعداد لدفع أعلى مقابل تربية/تغذية محسنة	68.8 (44)	18.8 (12)	12.5 (8)	+56.3
13	إعادة الشراء عند جودة تربية/تغذية ممتازة	87.5 (56)	9.4 (6)	3.1 (2)	+84.4

ملاحظة:	(N=115) لخصائص العينة العامة	(N=64) لبنود المقياس الخاصة بمن سبق لهم الشراء
	(n) = عدد الحالات داخل الفئة	NPS = المؤيدون - المعارضين

قراءة تحليلية

- أقوى مؤشرين هما:

○ تأثير نوع العلف على الجودة (بند 9، +83.3 NPS).

○ النية العالية لإعادة الشراء عند جودة ممتازة (بند 13، +84.4 NPS).

هذان المؤشران يدعمان مباشرة الفرضيات المتعلقة بدور التربية/التغذية في رفع الجودة والسلوك الشرائي.

- بند المراعي الطبيعية (8) حقق +73.5، ما يعكس إدراكاً قوياً لأثر أنماط التربية الطبيعية.
- بند تفضيل الإفصاح عن نوع العلف/النظام (10) جاء مرتفعاً (+67.2)، وهو مؤشر واضح على أهمية الشفافية.
- بند الطزاجة والطعم (6) كان إيجابياً (+50.0) لكنه أقل من بقية البنود، ما يعكس تبايناً في تقييم الأداء.
- بنود العلف أهم من السعر (11) والاستعداد للدفع (12) سجلا (+56.3)؛ هناك تقدير للجودة لكن حساسية السعر ما زالت حاضرة.

- بند تأثير العمر على الطراوة (7) (+59.4) يتسق مع الممارسات التشغيلية (الذبح بين 3-9 أشهر).

ارتباط بالفرضيات

النتائج تدعم بوضوح الفرضيات الأولى، الثانية، الثالثة، إذ برزت العلاقة بين التربية والتغذية والجودة المحسوسة، وبين الشفافية والثقة، وكذلك بين إدراك الجودة والنية الشرائية.

ثالثاً: التحليل النوعي للأسئلة المفتوحة

اعتمد التحليل على إجابات المشاركين لأسئلة (14-16)، وتم استخراج ثيمات رئيسية كما في الجدول (3).

جدول (3): تحليل الأسئلة المفتوحة (Q14-Q16)

تم إعداد هذا الجدول بالاعتماد على إجابات المشاركين لأسئلة: (14) أهم عوامل الاختيار، (15) ملاحظات التحسين، (16)

اقتراحات أخرى. الجدول نوعي ويعرض الثيمات الرئيسية مع أمثلة معادة الصياغة وتوصيات عملية لمشروع "لحوم".

الثيمة / المحور	ماذا قال المشاركون (خلاصة)	أمثلة مقتطفة (مُعاد صياغتها)	توصية عملية لمشروع "لحوم"
العلف ونظام التربية	طلب مرتفع للشفافية حول نوع العلف، فترة التشطيب، أسلوب التربية.	"أفضل المنتج الذي يوضح نوع العلف وطريقة التربية." / "أبي أعرف ماذا تأكل الأغنام قبل الذبح".	ملصق شفافية مرفق بكل ذبيحة يوضح: نوع العلف (برسيم/رودس/يونيكام/تبين)، فترة التشطيب 4 أسابيع، نظام التسمين (حظائر)، وأساسيات التحصين.
العمر عند الذبح والطراوة	ربط واضح بين العمر/الوزن عند الذبح والطراوة والنكهة.	"كلما كان العمر مناسباً كانت الطراوة أفضل".	تثبيت معيار الذبح (3-9 أشهر؛ 12-25 كجم) وإبرازه على الملصق/الفاتورة لرفع الثقة.
النظافة والسلامة الأحيائية	أهمية نظافة الأحواش، العزل، المتابعة البيطرية، وتجنب الهرمونات.	"النظافة أهم شيء" / "بعيد عن أي منشطات"	بروتوكول نظافة وعزل مُعلن، وسجل علاجي مختصر، والإشارة إلى عدم استخدام هرمونات نمو.
التغليف والتبريد	الحفاظ على الطراوة عبر تغليف جيد وسلسلة تبريد موثوقة.	"تغليف محكم وتبريد مناسب يحافظ على الجودة"	تحسين مواد التغليف (فاكيوم MAP/عند الإمكان)، والالتزام بدرجة حرارة تبريد مسجلة على الملصق (تاريخ/ساعة الذبح).
السعر والتسعير العادل	حساسية واضحة للسعر، تفضيل التسعير بالوزن وبيان القيمة.	"سعر مقابل جودة" / "التسعير بالوزن أوضح"	تسعير بالوزن مع رسالة قيمة مقابل سعر تُبرز أثر التغذية على الطراوة/النكهة، مع باقات/أوزان متعددة.
المصدر والموثوقية	تفضيل مصدر معروف واعتمادات/رقابة، وإمكانية التتبع.	"أبي أعرف المصدر وأنه موثوق"	إبراز شهادة بيطرية مختصرة، وإتاحة تتبع دفعات (Batch) عبر QR

القنوات والطلب/التوصيل	تسهيل الطلب والدفع والتوصيل المبرد.	"سهولة الشراء والتوصيل"	قنوات طلب رقمية (واتساب أعمال/استمارة)، وخيار توصيل مبرد ضمن زمن محدد.
برامج الولاء	تشجيع على الاشتراك/حجز مسبق مع امتيازات.	"خصومات للزبائن الدائمين"	برنامج ولاء (نقاط/خصم دوري)، واشتراكات شهرية للأسر مع مواصفات معلنه.

القيمات الرئيسة والتوصيات

1. العلف ونظام التربية: طلب مرتفع للشفافية حول نوع العلف وفترة التشطيب → توصية: اعتماد "ملصق شفافية" يوضح نوع العلف، فترة التشطيب (4 أسابيع)، نظام التسمين، والتحصينات.
2. العمر عند الذبح والطراوة: ارتباط واضح بين العمر والطراوة → توصية: تثبيت نافذة الذبح (3-9 أشهر؛ 12-25 كجم) وإبرازها على الملصق.
3. النظافة والسلامة الأحيائية: أهمية النظافة والمتابعة البيطرية وتجنب الهرمونات → توصية: نشر بروتوكول نظافة وإبراز "خلو المنتج من الهرمونات".
4. التغليف والتبريد: ضمان الطزاجة عبر تغليف وتبريد فعال → توصية: تحسين التغليف (فاكيوم/MAP)، وتوضيح تاريخ/ساعة الذبح ودرجة الحرارة.
5. السعر والتسعير العادل: حساسية للسعر، لكن تقدير أعلى عند وجود قيمة ملموسة → توصية: تسعير بالوزن مع رسائل قيمة مقابل سعر.
6. المصدر والموثوقية: ثقة أعلى عند وجود مصدر معروف وقابل للتتبع → توصية: إتاحة تتبع عبر QR يوضح بيانات الدفعة.
7. القنوات والطلب/التوصيل: تفضيل الطلب الرقمي والتوصيل المبرد → توصية: قنوات طلب رقمية مع التزام بزمان تسليم محدد.
8. برامج الولاء: تشجيع عبر اشتراكات وخصومات للزبائن الدائمين → توصية: برنامج ولاء ونظام اشتراك شهري للأسر.

الترابط مع النتائج الكمية

يتسق التحليل النوعي مع البنود الكمية التي أبرزت أثر نوع العلف، نية إعادة الشراء، وتفضيل الشفافية. كما يظهر بوضوح استعداد للدفع مقابل جودة محسنة، مع بقاء حساسية سعرية، وهو ما يعزز التوصية بسياسة تسعير قائمة على القيمة.

الفصل الخامس: ملخص الدراسة والتوصيات

أولاً: الخلاصة

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن تحسين ممارسات التربية والتغذية (نوع العلف، فترة التشطيب، العمر عند الذبح)، مقروناً بـ تعزيز الشفافية، ينعكس بصورة مباشرة في تحسين الجودة المحسوسة للحوم الأغنام، ويؤدي إلى سلوك شرائي أقوى يتمثل في ارتفاع نية إعادة الشراء والاستعداد للدفع. كما تبين أن سدّ فجوة المعلومات بين المنتج والمستهلك يمثل عنصراً جوهرياً في تعزيز الثقة والولاء.

وتتسق هذه النتائج مع ما خلصت إليه التحليلات الكمية والنوعية، بما يدعم الفرضيات الأولى والثالثة (Huang et al., 2023; Wu et al., 2021).

ثانياً: التوصيات التشغيلية

استناداً إلى النتائج، يمكن صياغة مجموعة من التوصيات العملية القابلة للتطبيق في المشاريع الريادية:

1. توحيد بروتوكول التشطيب لمدة لا تقل عن 4 أسابيع قبل الذبح لضمان ثبات الجودة.
2. اعتماد ملصق شفافية يتضمن بيانات التربية والتغذية (نوع العلف، فترة التشطيب، التحصينات، العمر عند الذبح).
3. تحسين التغليف وسلسلة التبريد باستخدام تقنيات مثل فاكيوم أو MAP مع توضيح تاريخ ووقت الذبح.
4. اعتماد تسعير بالوزن مع رسائل تسويقية تبرز القيمة مقابل السعر، للحد من الحساسية السعرية.
5. تفعيل برامج ولاء (اشتراكات، نقاط مكافآت، خصومات متكررة) لبناء علاقة طويلة الأمد مع المستهلكين.

آفاق للبحوث المستقبلية

تفتح هذه الدراسة المجال أمام عدد من المسارات البحثية المستقبلية، منها:

- تطبيق نماذج تحليل سببية (SEM) لاختبار دور الشفافية كمتغير وسيط أو معدّل في العلاقة بين ممارسات التربية والجودة المحسوسة.
- إجراء تجارب محكمة (RCTs) على تراكيب مختلفة من الأعلاف وفترات التشطيب، مع قياس مؤشرات موضوعية مثل: درجة الحموضة (pH)، اختبار الطراوة Warner–Bratzler ، وقيم الألوان وفق نظام CIE L*a*b* (Giráldez et al., 2021).
- توسيع حجم العينة: لضمان تمثيل أكبر للإناث والمناطق الجغرافية غير الممثلة بالقدر الكافي.

المراجع

1. Álvarez, C., Koolman, L., Whelan, M., & Moloney, A. (2022). Effect of pre-slaughter practices and early post-mortem interventions on sheep meat tenderness and its impact on microbial status. *Foods*, 11(2), 181. <https://doi.org/10.3390/foods11020181>
2. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
3. Giráldez, F. J., Mateo, J., Carballo, D. E., Caro, I., & Andrés, S. (2021). Divergent values in feed efficiency promote changes on meat quality of fattening lambs. *Small Ruminant Research*, 198, 106353. <https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2021.106353>
4. Hossain, M. A., Rahman, M. M., Rahman, M. W., Hossain, M. M., & Hashem, M. A. (2023). Effect of supplementary feeding on the production traits, carcass and meat quality of Jamuna basin lambs. *Journal of Animal Science and Technology*, 65(1), 209–224. <https://doi.org/10.5187/jast.2022.e72>
5. Huang, Y., Liu, J., Zhao, X., Zhang, Y., Chen, X., Zhang, Z., Cheng, G., & Ren, X. (2023). Feeding regimens affecting carcass and quality attributes of sheep and goat meat—A comprehensive review. *Animal Bioscience*, 36(9), 1314–1326. <https://doi.org/10.5713/ab.23.0051>
6. Payne, C. E., Pannier, L., Anderson, F., Pethick, D. W., & Gardner, G. E. (2020). Lamb age has little impact on eating quality. *Foods*, 9(2), 187. <https://doi.org/10.3390/foods9020187>
7. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
8. Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–55.

9. Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
10. Suliman, G. M., Alowaimer, A. N., Alhaidary, A., Abdelrahman, M. M., & Hussein, E. O. S. (2021). Metabolizable energy requirement for maintenance and growth in ruminants: Implications for meat quality. *Frontiers in Veterinary Science*, 8, 647192. <https://doi.org/10.3389/fvets.2021.647192>
11. Sun, H., & Jiang, J. (2022). Comparative evaluation of meat quality attributes across sheep breeds by integrated metabolomics and proteomics. *Open Life Sciences*, 17(1), 1315–1323. <https://doi.org/10.1515/biol-2022-0493>
12. Wu, L., Wang, Q., & Zhu, D. (2021). Joint effects of information framing and trust on consumers' willingness to purchase certified food: The role of perceived benefits and risks. *Foods*, 10(10), 2490. <https://doi.org/10.3390/foods10102490>

ملحق الدراسة – الاستبيان

رسالة الاستبيان بالعربية:

السادة/السيدات الكرام،

تحية طيبة وبعد،

الموضوع: دعوة للمشاركة في استبيان بحثي ضمن دراسة الماجستير

أنا بصدد إعداد دراسة أكاديمية ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، بعنوان: تحسين جودة لحوم الأغنام عبر

تطوير مرحلة التربية والتغذية في المشاريع الريادية: دراسة حالة مشروع (لحوم – القويعة).

تهدف هذه الدراسة إلى قياس جودة لحوم الأغنام من منظور المستهلك، مع التركيز على أثر أساليب التربية والتغذية (نوع

العلف، فترة التشطيب، المكملات) في تحسين الجودة ورفع الرضا والثقة.

المحاور الرئيسية تشمل:

- الجودة المحسوسة (الطزاجة، الطراوة، النكهة، اللون، الرائحة).
- الوعي والثقة بممارسات التربية والتغذية (نوع العلف/الإفصاح/العمر عند الذبح).
- السلوك الشرائي (النية لإعادة الشراء والاستعداد لدفع سعر أعلى مقابل جودة أعلى).

يسرّني دعوتكم للمشاركة في هذا الاستبيان، والذي لن يستغرق من وقتكم أكثر من 3-5 دقائق. نؤكد أن جميع البيانات

تُستخدم لأغراض أكاديمية فقط وتُعامل بسرية تامة، ولا يتم جمع أي معلومات شخصية مثل الاسم أو البريد الإلكتروني.

مشاركتكم تقدّم إضافة نوعية تعزّز القيمة العلمية للدراسة، وتدعم الجهود المبذولة لتحسين ممارسات التربية والتغذية بما

ينعكس إيجاباً على جودة لحوم الأغنام وثقة المستهلك.

رابط الاستبيان: [ضع الرابط هنا]

وتفضّلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

نموذج الاستبيان بالعربية:

أولاً: البيانات العامة

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
2. الفئة العمرية: ☐ أقل من 25 سنة ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45 فأكثر
3. المنطقة: ☐ الوسطى ☐ الغربية ☐ الشرقية ☐ الشمالية ☐ الجنوبية
4. هل سبق لك شراء لحوم أغنام من مشروع محلي/ريادي؟ ☐ نعم ☐ لا
5. كم مرة تشتري لحوم الأغنام شهرياً؟ ☐ مرة ☐ 2-3 مرات ☐ أكثر من 4 مرات

ثانياً: تقييم الجودة المحسوسة

برجاء تقييم العبارات التالية على مقياس من 1 (لا أوافق إطلاقاً) إلى 10 (أوافق بشدة):

العبارة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. لحم الأغنام الذي أشتريه طازج وذو طعم مميز.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. الطراوة وجودة اللحم تتأثر بعمر الأغنام عند الذبح.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. ألاحظ فرقاً في النكهة والجودة عندما تربى الأغنام في المراعي الطبيعية.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

ثالثاً: الوعي بممارسات التربية والتغذية

العبارة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. نوع العلف المقدم للأغنام يؤثر على جودة اللحم النهائية.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. أفضل شراء اللحم من مشاريع توضح نوع العلف ونظام التربية.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. أعتقد أن جودة العلف ونظام التربية أهم من السعر.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

رابعاً: السلوك الشرائي

العبارة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. لدي استعداد لدفع سعر أعلى مقابل لحم من تربية وتغذية محسنة.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. أكرر الشراء من نفس المنتج إذا كانت جودة التربية والتغذية مميزة.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

خامساً: أسئلة مفتوحة

14. ما أهم العوامل التي تركز عليها عند اختيار لحم الأغنام؟

15. ما ملاحظتك لتحسين جودة لحم الأغنام من ناحية التربية والتغذية؟

16. أي اقتراحات أخرى؟

رسالة الاستبيان بالإنجليزية:

Subject: Invitation to Participate in a Research Survey for a Master's Study

Dear Sir/Madam,

I am currently conducting an academic study as part of the requirements for a master's degree, entitled:

“Enhancing the Quality of Sheep Meat through Improving the Breeding and Feeding Stage in Entrepreneurial Projects: A Case Study of (Lahoom – Al-Quway’iyah).

This study aims to assess the quality of sheep meat from the consumer's perspective, with a focus on the impact of **breeding and feeding practices** (feed type, finishing period, and supplements) on improving quality and increasing satisfaction and trust.

The main themes include:

- **Perceived quality** (freshness, tenderness, flavor, color, odor).
- **Awareness and trust in breeding/feeding practices** (feed type, transparency/disclosure, slaughter age).
- **Purchasing behavior** (intention to repurchase and willingness to pay a higher price for higher quality).

You are kindly invited to participate in this survey, which will take no more than **3–5 minutes** of your time.

Please note that **all data will be used for academic purposes only** and treated with **strict confidentiality**.

No personal information (such as name or email) will be collected.

Your participation will make a valuable contribution to the scientific merit of the study and support efforts to improve breeding and feeding practices, thereby positively impacting the quality of sheep meat and consumer trust.

Survey link: [Insert link here]

With sincere regards,

نموذج الاستبيان بالإنجليزية:

Section A: General Information

1. **Gender:** ☐ Male ☐ Female
2. **Age group:** ☐ Under 25 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45 or above
3. **Region of residence:** ☐ Central ☐ Western ☐ Eastern ☐ Northern ☐ Southern
4. **Have you previously purchased sheep meat from a local/entrepreneurial project?** ☐ Yes ☐ No
5. **How many times do you purchase sheep meat per month?** ☐ Once ☐ 2–3 times ☐ 4+ times

Section B: Perceived Quality Assessment

Please rate the following statements on a scale from 1 (Strongly disagree) to 10 (Strongly agree):

Statement	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. The sheep meat I purchase is fresh and has a distinctive flavor.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Meat tenderness and overall quality are affected by the sheep's age at slaughter.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. I notice a difference in flavor and quality when sheep are raised on natural pasture.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Section C: Awareness of Breeding and Feeding Practices

Statement	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. The type of feed provided to sheep affects the final meat quality.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Statement	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. I prefer to buy meat from producers who disclose the feed type and breeding system.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. I believe that feed quality and the breeding system are more important than price.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Section D: Purchasing Behavior

Statement	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. I am willing to pay a higher price for meat produced with improved breeding and feeding practices.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. I will re-purchase from the same producer if the breeding and feeding quality is outstanding.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Section E: Open-ended Questions

14. What are the most important factors you focus on when choosing sheep meat?
15. What are your suggestions to improve the quality of sheep meat in terms of breeding and feeding?
16. Any other suggestions?