

أثر الجودة على مبيعات محلات الورد "في تبوك"

امل مقبل عبدالله

٢٣٣٠٠١٠٩٣

مشروع تخرج - ١

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

٢٠٢٦/٦/٢٣ - الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات:

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١ المقدمة
٦	١,٢ مشكلة البحث
٧	١,٢,١ الفجوات النظرية
٨	١,٢,٢ الفجوات العملية
٩	١,٣ أهمية البحث
٩	١,٣,١ الأهمية النظرية
١٠	١,٣,٢ الأهمية العلمية
١٢-١١	١,٤ أسئلة البحث
١٤-١٣	١,٥ أهداف البحث
١٦-١٥	١,٦ فرضيات البحث
١٨-١٧	١,٧ نموذج البحث
٢١-١٩	١,٨ كتابة موجزة عن المشروع ومكان التطبيق المقترح
٢٢	١,٩ منهجية البحث المرتبط بالمشروع
٢٣	١,١٠ الهيكل المقترح للمشروع
٢٥-٢٤	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ المقدمة

يُعد قطاع محلات الورد والزهور من القطاعات الاقتصادية الحيوية في المملكة العربية السعودية، حيث يجمع بين البعد التجاري والجمالي والاجتماعي في آنٍ واحد، ويُسهم بشكل مباشر في تنشيط الحركة الاقتصادية المرتبطة بالمناسبات والفعاليات المختلفة. وتبرز منطقة تبوك بشكل خاص كإحدى أهم المناطق الرائدة في هذا المجال، إذ تُلقب بـ"مصنع الورد" نظرًا لإنتاجها السنوي الكبير الذي يتجاوز ٢٨ مليون زهرة، بقيمة سوقية تفوق ٣٢ مليون ريال، وهو ما يعكس حجم الطلب المتزايد على هذا المنتج وأهميته في السوق المحلي.

تتميز منطقة تبوك بخصائص مناخية وزراعية فريدة تجعلها بيئة مثالية لزراعة الورد والزهور، حيث تتوفر درجات حرارة معتدلة نسبيًا، وتربة خصبة، إضافة إلى وجود مزارع متخصصة تستخدم تقنيات زراعية حديثة. وتنتج هذه المزارع أصنافًا متعددة من الزهور عالية الجودة، مثل الورد الجوري، والقرنفل، والجيبسوفيل، والروزليلي، مما يعزز من مكانة المنطقة كمصدر رئيسي لتوريد الزهور داخل المملكة وخارجها، ويفتح المجال أمام فرص تصديرية واعدة.

وتُعد الجودة من العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر في سلوك المستهلك وقرارات الشراء داخل هذا القطاع، حيث لا يقتصر مفهوم الجودة على المظهر الخارجي للزهرة فقط، بل يشمل مجموعة متكاملة من العناصر مثل الطراوة، وطول عمر الزهرة بعد القطف، وقوة الرائحة، والتناسق اللوني، وخلو المنتج من العيوب، بالإضافة إلى جودة التغليف وطرق العرض. كما أن جودة الخدمة المقدمة تلعب دورًا لا يقل أهمية، مثل القدرة على تصميم باقات مخصصة، وسرعة التوصيل، والتعامل الاحترافي مع العملاء.

وفي المجتمع السعودي، تحظى الزهور بمكانة خاصة، حيث تُستخدم بشكل واسع في المناسبات الاجتماعية مثل الأعراس، والأعياد، والزيارات العائلية، وحفلات التخرج، والمهرجانات، وهو ما يجعل الطلب عليها مستمرًا ومتزايدًا. ويميل المستهلك السعودي إلى اختيار المنتجات ذات الجودة العالية التي تعكس الذوق الرفيع وقيمة

الهديّة، مما يضع ضغوطاً إضافية على محلات الورد للحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة لتلبية توقعات العملاء.

وعلى الرغم من الإنتاج المحلي الكبير في منطقة تبوك، إلا أن العديد من محلات الورد لا تزال تعتمد جزئياً على الاستيراد من دول مثل مصر والهند وهولندا، وذلك لتوفير أصناف معينة ذات طابع فاخر أو لتغطية النقص في بعض المواسم. ويعود ذلك في بعض الأحيان إلى التحديات المرتبطة بسلاسل الإمداد المحلية، مثل ضعف أنظمة التبريد والنقل، أو محدودية تقنيات التخزين الحديثة، مما قد يؤثر سلباً على جودة المنتج النهائي.

هذا التباين بين الإنتاج المحلي والاستيراد يؤدي إلى تفاوت في مستوى الجودة داخل السوق، وهو ما ينعكس بدوره على حجم المبيعات ورضا العملاء. ومن هنا تنبع أهمية دراسة أثر الجودة على أداء محلات الورد في تبوك، من خلال تحليل أبعاد الجودة المختلفة، والتي تشمل جودة المنتج نفسه، وجودة الخدمة، وكفاءة التعبئة والتغليف، بالإضافة إلى أساليب التخزين والحفظ.

كما أن الجودة لا تقتصر فقط على المنتج المادي، بل تمتد لتشمل تجربة العميل الكاملة، بدءاً من التسويق والعرض داخل المحل، مروراً بعملية الشراء، وانتهاءً بخدمة ما بعد البيع. فكل هذه العناصر مجتمعة تُسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية لدى العميل، وتعزز من مستوى الرضا والولاء، وهو ما ينعكس في زيادة الإيرادات واستدامة النشاط التجاري.

وفي إطار رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، يكتسب هذا القطاع أهمية إضافية، حيث يُسهم في دعم الأنشطة السياحية والترفيهية، وخاصة من خلال الفعاليات والمهرجانات مثل مهرجان الورد والفاكهة في تبوك، الذي يُعد منصة لعرض المنتجات المحلية وتعزيز الهوية الزراعية للمنطقة. كما أن تحسين جودة المنتجات والخدمات في هذا القطاع يُعد خطوة أساسية نحو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز تنافسية المنتج المحلي في الأسواق الإقليمية والدولية.

١,٢ مشكلة البحث

رغم الإنتاج المحلي الكبير للورد في منطقة تبوك، الذي يتجاوز ٢٨ مليون زهرة سنوياً بقيمة سوقية تزيد عن ٣٢ مليون ريال، وتصدير جزء منه إلى أسواق خارجية، تواجه محلات الورد في المنطقة تحديات حقيقية في تعزيز مبيعاتها وتحقيق نمو مستدام. يعود ذلك أساساً إلى تقلبات جودة المنتج، والمنافسة الشديدة مع الزهور المستوردة من دول مثل مصر والهند وهولندا وكينيا وإثيوبيا، بالإضافة إلى التلف السريع للمنتجات القابلة للتلف بطبيعتها.

يؤدي ضعف الجودة — مثل الذبول السريع، العيوب البصرية (بهتان الألوان، حجم أصغر، أو تشوهات)، ضعف الرائحة، أو قصر فترة البقاء في المزهرة — إلى انخفاض رضا العملاء، وزيادة معدلات المرتجعات، وفقدان الولاء لصالح المنافسين. كما أن العملاء في السعودية أصبحوا أكثر وعياً وجودة، خاصة في المناسبات الاجتماعية الكبرى (أعراس، أعياد، زيارات، مهرجانات)، حيث يفضلون المنتجات التي تدوم أطول وتبدو أكثر فخامة.

السؤال الرئيسي للبحث:

ما أثر الجودة (بأبعادها المختلفة: طراوة الزهور، مظهرها البصري، رائحتها، تصميم الباقات، سلسلة التبريد والتعبئة، وجودة الخدمة) على مبيعات محلات الورد في تبوك؟

١,٢,١ الفجوات النظرية

رغم وفرة الدراسات العامة حول تأثير الجودة على المبيعات في قطاعات أخرى (مثل إدارة الجودة الشاملة في الصناعات الغذائية، المشروبات، أو المنتجات الصناعية)، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات المتخصصة في قطاع الزهور والورود، خاصة في السياق السعودي أو منطقة تبوك تحديداً.

معظم الأبحاث السابقة تركز على المنتجات غير القابلة للتلف، بينما تتميز الزهور بخصائص فريدة تجعل علاقة الجودة بالمبيعات أكثر تعقيداً:

عمر محدود (post-harvest life) يتأثر بشدة بالرطوبة، درجة الحرارة، والتبريد.

أهمية بصرية وعاطفية قوية (اللون، الشكل، الرائحة).

حساسية عالية لسلسلة التوريد (من المزرعة إلى المحل).

قليل من الأبحاث يفحص أبعاد الجودة المحددة (مثل طزاجة القطف، تصميم الباقات، جودة التبريد، أو التكامل بين المنتجات المحلية والمستوردة) وتأثيرها المباشر على حجم المبيعات والربحية في بيئة محلية مثل تبوك. كما أن التكامل بين الإنتاج المحلي عالي الكمية وجودة المستورد (الذي غالباً ما يُفضل لأنه أكثر فخامة أو طزاجة في بعض الأصناف) لم يُدرس بعمق.

هذه الفجوة النظرية تحد من قدرة الباحثين والممارسين على بناء نماذج شاملة تفسر كيفية تفاعل عوامل الجودة مع سلوك المستهلك السعودي في قطاع الزهور.

١,٢,٢ الفجوات العملية

عملياً، يعاني أصحاب محلات الورد في تبوك من مشكلات ملموسة:

التلف السريع للزهور، مما يؤدي إلى خسائر تصل إلى ٣٠-٣٥٪ أو أكثر في بعض الحالات (بسبب ضعف أنظمة التبريد، نقل غير مثالي، أو تخزين غير مناسب).

تقلبات المواسم القوية: ارتفاع الطلب الهائل خلال الأعياد، الأعراس، والمهرجانات (مثل مهرجان الورد والفاكهة في تبوك)، مقابل انخفاض حاد في المواسم العادية.

الاعتماد الجزئي على الاستيراد، الذي يؤثر سلباً على الطزاجة أحياناً بسبب المسافات الطويلة، رغم تفوق بعض المستورد في التنوع والمظهر.

بالإضافة إلى ذلك:

نقص برامج التدريب المتخصصة للعمال على تقنيات الحفظ والترتيب.

ضعف أنظمة التبريد والتعبئة في بعض المحلات.

عدم وجود معايير جودة موحدة محلية، مما يؤدي إلى تفاوت كبير في جودة المنتجات المعروضة وبالتالي تفاوت في المبيعات والأسعار.

زيادة وعي العملاء ومطالبهم بضمانات الطزاجة والجودة، خاصة مع انتشار التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي الذي يبرز جودة أو عيوب المنتج بسرعة.

هذه الفجوات العملية تؤدي إلى هدر اقتصادي، انخفاض الربحية، وفقدان فرص المنافسة مع المنتجات المستوردة أو المحلية من مناطق أخرى (مثل الطائف).

لذا تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل أثر أبعاد الجودة بشكل علمي وعملي، وتقديم توصيات قابلة للتطبيق لأصحاب المحلات والمزارعين في تبوك.

١,٣ أهمية البحث

تنبع أهمية هذه الدراسة من الدور المتنامي الذي يلعبه قطاع الورد والزهور في دعم الاقتصاد المحلي بمنطقة تبوك، حيث يجمع هذا القطاع بين النشاط الزراعي والإنتاجي من جهة، والنشاط التجاري والخدمي من جهة أخرى. ويُعد هذا التكامل عاملاً رئيسياً في خلق فرص استثمارية واعدة، خاصة في ظل التوجهات الحديثة نحو تنويع مصادر الدخل في المملكة العربية السعودية وفق رؤية ٢٠٣٠. كما تكتسب الدراسة أهمية إضافية من خلال ارتباط هذا القطاع بالفعاليات والمهرجانات الموسمية، مثل مهرجانات الورد والفاكهة، التي تسهم في تنشيط السياحة الداخلية وتعزيز الهوية الزراعية للمنطقة.

وتأتي هذه الدراسة في وقت يشهد فيه السوق تنافساً متزايداً بين المنتجات المحلية والمستوردة، إلى جانب تغيرات في سلوك المستهلك الذي أصبح أكثر وعياً بالجودة وأكثر تطلباً من حيث القيمة المقدمة مقابل السعر. ومن هنا، فإن فهم العلاقة بين جودة المنتج والخدمة من جهة، والأداء البيعي من جهة أخرى، يُعد أمراً بالغ الأهمية لاتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على أسس علمية دقيقة.

١,٣,١ الأهمية النظرية

تُسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجالي التسويق وإدارة الجودة، من خلال تقديم إطار تحليلي متكامل يربط بين أبعاد الجودة المختلفة (جودة المنتج، جودة الخدمة، جودة التعبئة والتغليف، وجودة التخزين) وبين مؤشرات الأداء البيعي مثل حجم المبيعات، رضا العملاء، والولاء. كما تسد هذه الدراسة فجوة بحثية واضحة، حيث يندرج دراسات تطبيقية تركز على قطاع الزهور في السياق المحلي السعودي، وخاصة في منطقة تبوك التي تمتلك خصوصية إنتاجية وزراعية مميزة.

إضافة إلى ذلك، تتيح الدراسة إمكانية تطوير وتطبيق بعض النظريات التسويقية المعروفة، مثل نظرية جودة الخدمة (SERVQUAL) ونماذج تقييم جودة المنتج، في بيئة غير تقليدية نسبياً، مما يفتح المجال أمام إعادة اختبار هذه النظريات في سياقات جديدة. كما تمهد الطريق لإجراء دراسات مستقبلية مقارنة بين الزهور المحلية

والمستوردة من حيث الجودة، السعر، تفضيلات المستهلك، وسلوك الشراء، وهو ما يسهم في بناء قاعدة معرفية أوسع يمكن الاستفادة منها على المستويين الأكاديمي والتطبيقي.

١,٣,٢ الأهمية العلمية

على الصعيد العملي، تقدم هذه الدراسة مجموعة من التوصيات التطبيقية التي يمكن أن يستفيد منها أصحاب محلات الورد والزهور في تبوك بشكل مباشر. وتشمل هذه التوصيات تحسين كفاءة سلسلة الإمداد، خاصة فيما يتعلق بأنظمة التبريد والنقل، لضمان الحفاظ على جودة الزهور من لحظة القطف وحتى وصولها إلى المستهلك النهائي. كما تؤكد الدراسة على أهمية تدريب العاملين في المحلات على مهارات تنسيق الزهور (Floristry) وتصميم الباقات بطريقة احترافية تلبي أذواق العملاء المختلفة.

وتبرز الدراسة أيضاً أهمية تبني استراتيجيات تسعير مرنة تعتمد على مستوى الجودة والقيمة المدركة لدى العميل، بدلاً من الاعتماد فقط على المنافسة السعرية. كما تشجع على تعزيز التسويق للمنتجات المحلية، من خلال إبراز مزاياها مثل الطزاجة والدعم الوطني، واستخدام وسائل التسويق الحديثة مثل المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى شريحة أكبر من العملاء.

ومن المتوقع أن تسهم مخرجات هذه الدراسة في تحقيق العديد من الفوائد الاقتصادية، مثل زيادة حجم الإيرادات، وتقليل نسب الفاقد والتلف، وتحسين كفاءة التشغيل داخل المحلات، بالإضافة إلى رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ولائهم. كما أن تحسين جودة المنتجات والخدمات في هذا القطاع من شأنه أن يعزز من القدرة التنافسية للمنتج المحلي أمام المنتجات المستوردة، ويدعم استدامة المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

وفي إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، فإن تطوير هذا القطاع يُعد خطوة مهمة نحو دعم الاقتصاد غير النفطي، وتعزيز المحتوى المحلي، وخلق فرص عمل جديدة، خاصة للشباب ورواد الأعمال. كما يسهم في دعم الأنشطة السياحية والترفيهية المرتبطة بالمهرجانات الزراعية، مما يعزز من مكانة منطقة تبوك كوجهة اقتصادية وسياحية واعدة.

١,٤ أسئلة البحث

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، تم صياغة أسئلة البحث بطريقة منهجية تهدف إلى الإحاطة الشاملة بجوانب الموضوع، حيث تم تحديد سؤال بحث رئيسي تنبثق عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تُسهم في تحليل أبعاد الدراسة بشكل دقيق ومتكامل.

أولاً: سؤال البحث الرئيسي:

ما أثر جودة المنتج والخدمة في محلات الورد في منطقة تبوك على الأداء البيعي ورضا العملاء وولائهم؟
ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية التي تعالج أبعاد الجودة المختلفة وتأثيراتها المتعددة، وذلك على النحو التالي:

ثانياً: أسئلة البحث الفرعية:

١. ما أثر جودة الزهور (من حيث الطزاجة، والمظهر، والعمر الافتراضي) على حجم المبيعات في محلات الورد في تبوك؟
يركز هذا السؤال على تقييم العنصر الأساسي للمنتج، وهو الزهور، من حيث خصائصها الفيزيائية والجمالية، ومدى انعكاس ذلك على سلوك الشراء لدى العملاء وزيادة الطلب.

٢. ما دور جودة الخدمة (من حيث أسلوب التعامل، وسرعة التوصيل، وتصميم الباقات) في تحقيق رضا العملاء؟

يتناول هذا السؤال جودة التفاعل بين مقدم الخدمة والعميل، وأثر التجربة الشرائية المتكاملة على مستوى الرضا وتكرار التعامل مع المحل.

٣. كيف تؤثر جودة التعبئة والتغليف على قرار الشراء لدى المستهلك؟

يهدف هذا السؤال إلى تحليل دور التغليف كعنصر تسويقي بصري يسهم في جذب العملاء وتعزيز القيمة المدركة للمنتج.

٤. ما أثر أنظمة التخزين والتبريد على الحفاظ على جودة المنتج وتقليل نسبة الفاقد؟

يركز هذا السؤال على الجوانب التشغيلية، ومدى كفاءة العمليات الداخلية في الحفاظ على جودة الزهور وتقليل الخسائر.

٥. هل توجد فروق ذات دلالة في تفضيلات العملاء بين الورد المحلي والمستورد؟

يسعى هذا السؤال إلى استكشاف اتجاهات المستهلكين والعوامل المؤثرة في اختيارهم بين المنتجات المحلية والمستوردة.

٦. ما العلاقة بين تطبيق معايير الجودة الشاملة وولاء العملاء لمحلات الورد؟

يتناول هذا السؤال مفهوم الجودة الشاملة كمنظومة متكاملة، ومدى تأثيرها في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتعزيز ولائهم.

وبذلك تسهم هذه الأسئلة، مجملها، في تكوين إطار تحليلي متكامل يساعد في فهم العلاقة بين الجودة بمختلف أبعادها والأداء التسويقي لمحلات الورد في منطقة تبوك.

١,٥ أهداف البحث

في ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها، تم تحديد أهداف البحث بصورة منظمة، حيث يتضمن هدفًا عامًا تنبثق عنه مجموعة من الأهداف الفرعية التي تسعى إلى تحليل أبعاد الموضوع بشكل شامل ومتكامل.

أولاً: الهدف العام:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر جودة المنتجات والخدمات في محلات الورد في منطقة تبوك على الأداء البيعي ورضا العملاء وولائهم، بما يساهم في تطوير هذا القطاع وتعزيز قدرته التنافسية.

ثانيًا: الأهداف الفرعية:

١. تحليل أثر جودة المنتج على مبيعات محلات الورد في تبوك

يهدف هذا إلى دراسة العلاقة بين جودة الزهور (من حيث الطراوة، والمظهر الجمالي، وخلوها من العيوب، والعمر الافتراضي) وبين حجم المبيعات، وتحديد مدى تأثير هذه الخصائص على قرارات الشراء لدى العملاء.

٢. قياس تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم

يسعى هذا الهدف إلى تقييم مستوى الخدمات المقدمة، مثل أسلوب التعامل وسرعة تنفيذ الطلبات ودقة المواعيد، وتحليل علاقتها برضا العملاء واستمرار تعاملهم مع المحلات.

٣. دراسة دور التعبئة والتغليف في تعزيز القيمة المدركة للمنتج

يهدف هذا إلى فهم تأثير التغليف من حيث الشكل والتصميم والابتكار على جذب العملاء وزيادة القيمة المدركة للمنتج.

٤. تقييم كفاءة أنظمة التخزين والتبريد في الحفاظ على جودة الزهور

يركز هذا الهدف على تحليل فعالية أنظمة التخزين والتبريد في الحفاظ على طزاجة الزهور وتقليل نسبة التلف والهدر.

٥. تقديم توصيات عملية لتحسين الأداء البيعي لمحلات الورد

يهدف هذا إلى الخروج بنتائج وتوصيات تطبيقية تساعد أصحاب المحلات في تحسين جودة المنتجات والخدمات، وتطوير أساليب التسويق والإدارة.

٦. دعم التوجه نحو تعزيز المنتجات المحلية وزيادة تنافسيتها

يسعى هذا الهدف إلى إبراز أهمية الورد المحلي وتعزيز مكانته في السوق من خلال تحسين جودته وزيادة ثقة المستهلك به، بما يدعم الاقتصاد المحلي ويتمشى مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠.

وبذلك تسهم هذه الأهداف في تقديم إطار عملي وعلمي يساعد في تطوير قطاع محلات الورد في منطقة تبوك، مع التركيز على الجودة كعنصر أساسي لتحقيق التميز والاستدامة.

١,٦ فرضيات البحث

في ضوء الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، تم صياغة فرضيات البحث بطريقة منظمة تعكس العلاقات المتوقعة بين متغيرات الدراسة، حيث تم تحديد فرضية رئيسية يتفرع عنها عدد من الفرضيات الفرعية القابلة للاختبار الإحصائي.

أولاً: الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الجودة (جودة المنتج، جودة الخدمة، جودة التغليف، وكفاءة التخزين) وبين الأداء البيعي ورضا العملاء وولائهم في محلات الورد في منطقة تبوك.

ثانياً: الفرضيات الفرعية:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج وزيادة المبيعات
تفترض هذه الفرضية أن ارتفاع جودة الزهور من حيث الطزاجة والمظهر والعمر الافتراضي يؤدي إلى زيادة الطلب وبالتالي ارتفاع حجم المبيعات.

٢. توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء
تفترض هذه الفرضية أن تحسين مستوى الخدمة المقدمة يسهم في رفع درجة رضا العملاء وتعزيز تجربتهم الشرائية.

٣. تؤثر جودة التعبئة والتغليف بشكل مباشر على قرار الشراء لدى المستهلك
تفترض هذه الفرضية أن التغليف الجذاب والمبتكر يزيد من احتمالية اتخاذ قرار الشراء.

٤. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة التخزين والتبريد وتقليل نسبة التلف وزيادة الأرباح
تفترض هذه الفرضية أن تحسين أنظمة التخزين يسهم في تقليل الفاقد وتحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة
الربحية.

٥. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجودة الشاملة وولاء العملاء
تفترض هذه الفرضية أن تحقيق جودة شاملة في جميع عناصر العمل يؤدي إلى تعزيز ثقة العملاء وزيادة ولائهم
للمحل.

وبذلك تمثل هذه الفرضيات إطاراً تحليلياً يساعد في اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة، والوصول إلى نتائج
علمية دقيقة تدعم تطوير قطاع محلات الورد في منطقة تبوك.

١,٧ نموذج البحث

يعتمد نموذج البحث على العلاقة بين:

المتغيرات المستقلة:

* جودة المنتج

* جودة الخدمة

* جودة التعبئة والتغليف

* جودة التخزين

المتغيرات التابعة:

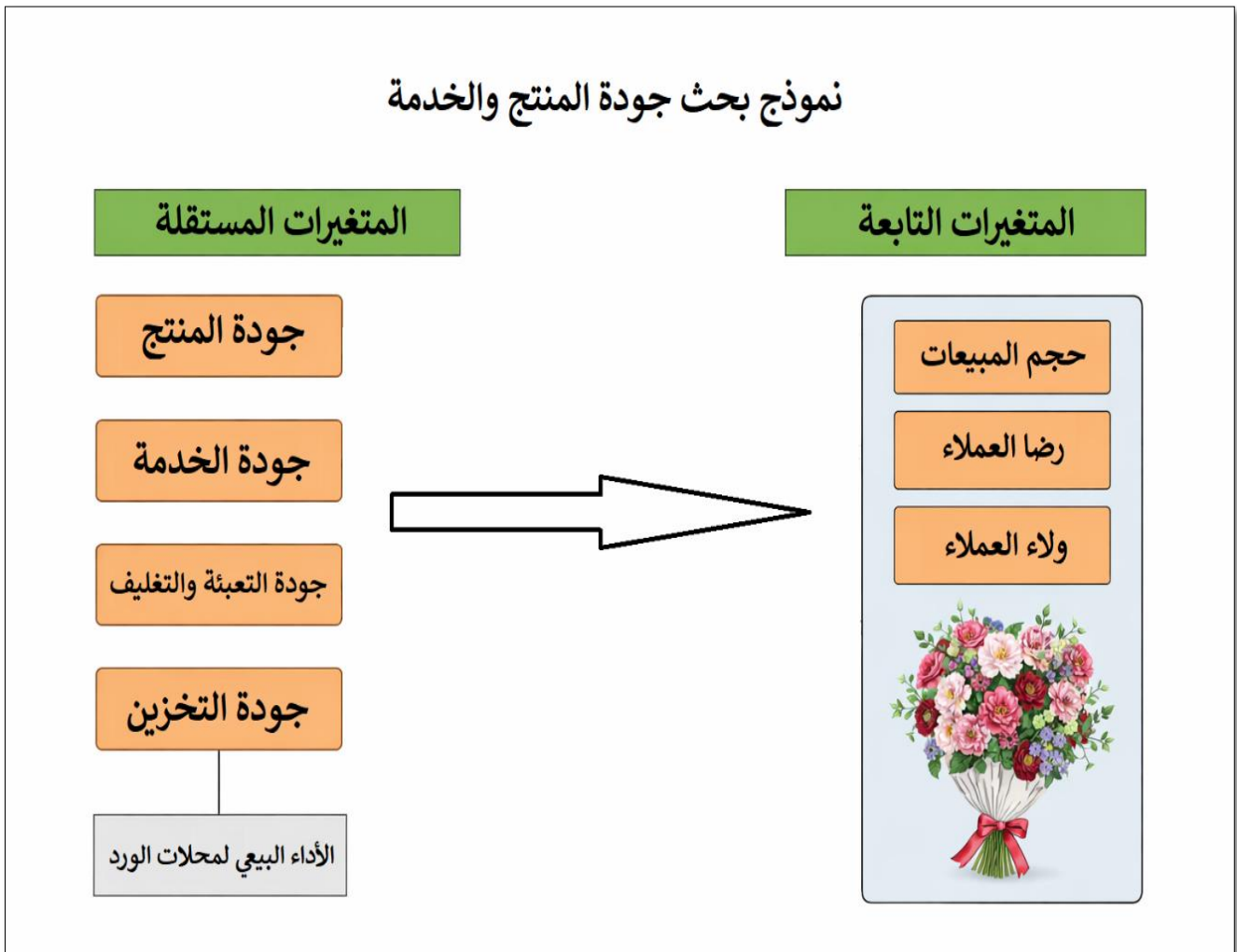
* حجم المبيعات

* رضا العملاء

* ولاء العملاء

حيث تفترض الدراسة وجود تأثير مباشر وغير مباشر لهذه المتغيرات على الأداء البيعي لمحلات الورد.

شكل (١) نموذج البحث



١,٨ كتابة موجزة عن المشروع ومكان التطبيق المقترح للبحث (الدراسة التطبيقية)

يُعد قطاع محلات الورد والزهور من القطاعات التجارية الخدمية التي تجمع بين الطابع الجمالي والبعد الاقتصادي، حيث يعتمد بشكل أساسي على تقديم منتجات ذات قيمة رمزية وعاطفية عالية تُستخدم في مختلف المناسبات الاجتماعية مثل الأفراح والمناسبات الرسمية والاحتفالات.

ويتميز هذا القطاع بحساسيته العالية تجاه عنصر الجودة، إذ تُعد طراوة الزهور، وجمال تنسيقها، وجودة تغليفها من العوامل الحاسمة في جذب العملاء والتأثير على قراراتهم الشرائية. كما يلعب عنصر الخدمة دوراً مهماً، حيث يتوقع العملاء مستوى عالٍ من الاحترافية في التعامل، وسرعة في التنفيذ، وقدرة على تلبية الطلبات الخاصة.

ومن الناحية الاقتصادية، يسهم قطاع محلات الورد في تنشيط الحركة التجارية وتوفير فرص عمل، كما يرتبط بعدة أنشطة مساندة مثل الاستيراد، والنقل، والتخزين، والتسويق. ويواجه هذا القطاع تحديات متعددة، من أبرزها سرعة تلف المنتج، وارتفاع تكاليف التشغيل، والمنافسة بين المنتجات المحلية والمستوردة.

وفي ظل التطور التقني وتغير سلوك المستهلك، أصبح الاعتماد على أساليب حديثة في التسويق، مثل البيع الإلكتروني وخدمات التوصيل، عاملاً مهماً في تعزيز تنافسية هذا القطاع. كما أن التركيز على الجودة الشاملة والابتكار في تقديم المنتج والخدمة يمثلان عنصرين أساسيين لضمان الاستمرارية والنمو.

وبشكل عام، يُعد قطاع محلات الورد والزهور قطاعاً واعداً يجمع بين البعد الجمالي والاقتصادي، ويتطلب إدارة فعالة توازن بين الجودة والتكلفة لتحقيق رضا العملاء وزيادة المبيعات.

سيتم تطبيق الدراسة ميدانيًا على مجموعة من محلات الورد في منطقة تبوك، نظرًا لما تتميز به المنطقة من إنتاج كبير للزهور وتنوع في الأنشطة التجارية المرتبطة بها.

وسيتم اختيار عينة من المحلات تشمل:

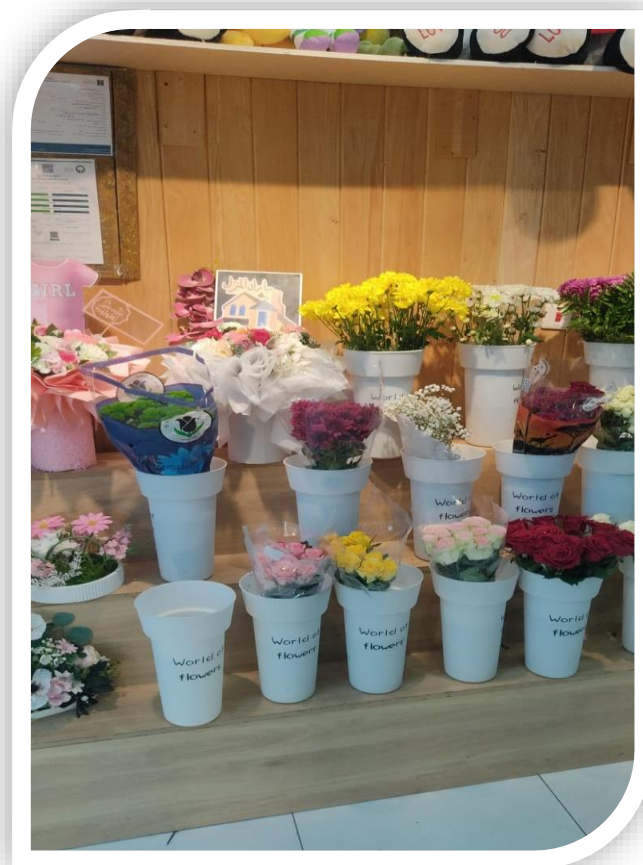
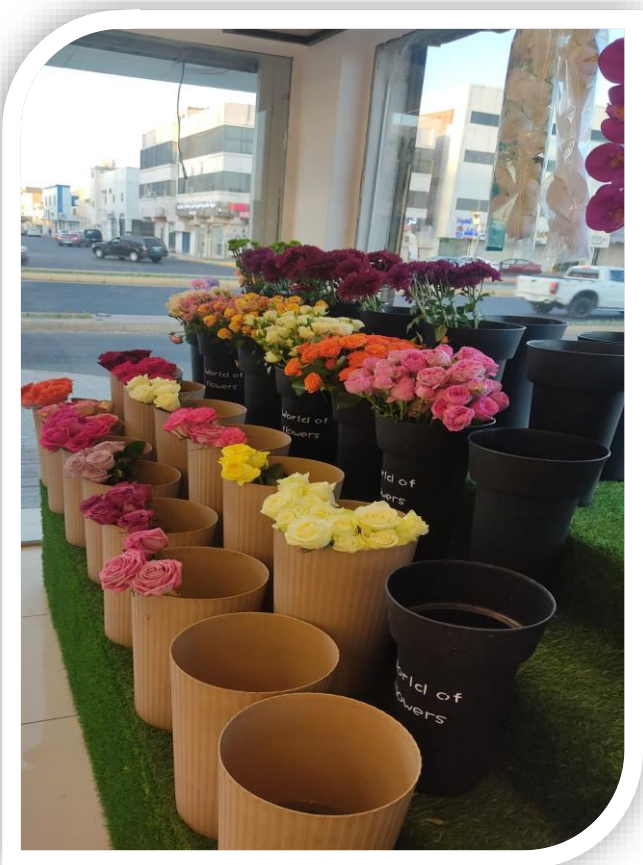
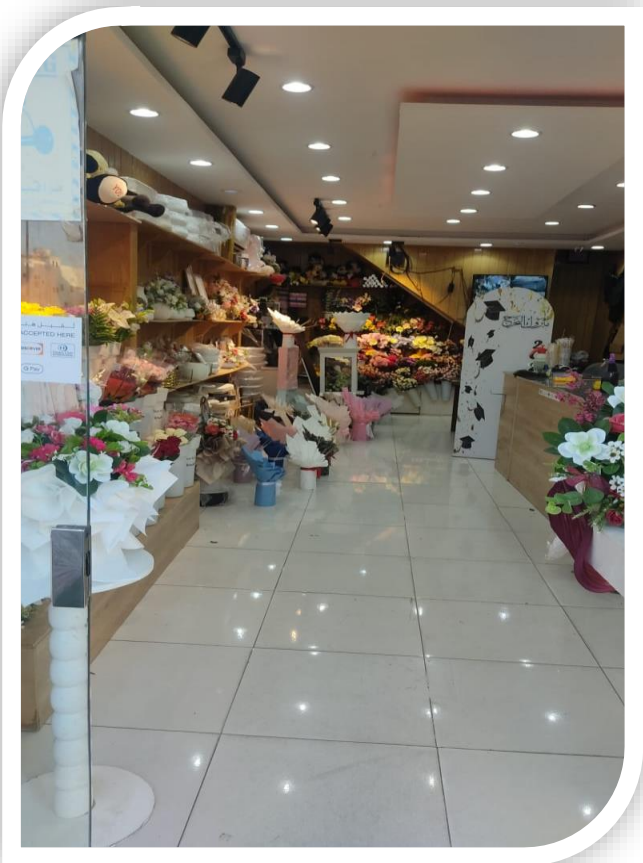
* محلات تعتمد على الورد المحلي

* محلات تعتمد على الورد المستورد

* محلات تجمع بين الاثنين

كما سيتم استهداف العملاء الذين يترددون على هذه المحلات، بهدف قياس مستوى رضاهم وتفضيلاتهم، مما يوفر بيانات دقيقة تعكس واقع السوق المحلي.





١,٩ منهجية البحث المرتبطة بالمشروع

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال:

* جمع البيانات الأولية باستخدام الاستبيانات الموجهة للعملاء وأصحاب المحلات

* إجراء مقابلات مع بعض أصحاب المحلات

* تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية

أدوات البحث:

* استبانة لقياس رضا العملاء

* استبانة لقياس جودة الخدمة والمنتج

* تحليل وصفي وإحصائي للبيانات

مجتمع الدراسة:

جميع محلات الورد في منطقة تبوك

عينة الدراسة:

عينة عشوائية من العملاء وأصحاب المحلات

١,١٠ الهيكل أو المخطط المقترح للمشروع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

* المقدمة

* مشكلة البحث

* أهمية البحث

* أهداف البحث

* فرضيات البحث

الفصل الثاني: الإطار النظري

* مفهوم الجودة

* جودة المنتج

* جودة الخدمة

* العلاقة بين الجودة والمبيعات

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

* منهجية البحث

* أدوات جمع البيانات

* تحليل النتائج

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات

* عرض النتائج

* مناقشة النتائج

* التوصيات

قائمة المراجع

أولاً: الكتب والدراسات العربية

- الجبوري، محمد حسين غربي. (٢٠٢١). إدارة الجودة الشاملة وأثرها في زيادة المبيعات.
- شيني، الطيب محمد هارون. (٢٠١٣). أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على المبيعات في الشركات الصناعية.
- العتيبي، سعد بن عبدالله. (٢٠١٩). جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء.
- القحطاني، فهد بن محمد. (٢٠٢٠). سلوك المستهلك في الأسواق السعودية.
- الشمري، خالد بن نايف. (٢٠١٨). التسويق في قطاع التجزئة والخدمات.
- الزهراني، أحمد بن حسين. (٢٠٢١). إدارة المخزون والتخزين في المنشآت التجارية.
- الحربي، عبدالله بن صالح. (٢٠١٧). أساسيات التعبئة والتغليف ودورها في تسويق المنتجات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية المترجمة أو المعرّبة

- أوزكان وآخرون. (٢٠٢٠). جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء والولاء.
- دراسات متعددة. جودة المنتج وأثرها على الأداء البيعي.

ثالثاً: المصادر الإخبارية

- وكالة الأنباء السعودية. تقارير حول إنتاج الورد في منطقة تبوك.
- صحيفة عرب نيوز. تقارير حول قطاع الزهور في المملكة العربية السعودية.

صحيفة سعودي جازيت. تقارير اقتصادية وزراعية عن إنتاج الورد.
صحيفة الاقتصادية. تقارير عن قطاع التجزئة ونمو المشاريع الصغيرة.

رابعاً: التقارير السوقية

تقرير سوق الزهور المقطوفة في المملكة العربية السعودية.
تقارير تحليل السوق لقطاع الزهور في المملكة العربية السعودية.
تقرير وزارة البيئة والمياه والزراعة حول إنتاج الورد في تبوك.
تقارير الغرف التجارية السعودية حول قطاع التجزئة.

خامساً: مصادر إضافية داعمة للبحث

وزارة البيئة والمياه والزراعة. بيانات وإحصاءات الإنتاج الزراعي.
الهيئة العامة للإحصاء. تقارير التجارة الداخلية والاستهلاك.
منشآت (الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة). تقارير دعم قطاع المشاريع الصغيرة.