

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
٢٤	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
٢٥	أدبيات البحث
٢٦	٢,١ المقدمة
٢٨-٢٧	٢,٢ المتغير المستقل
٢٩	٢,٣ المتغير التابع
٣١-٣٠	٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
٣٤-٣٢	٢,٥ الخاتمة
٣٦-٣٥	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 المزهريّة — 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 يساهم 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 تساهم 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:

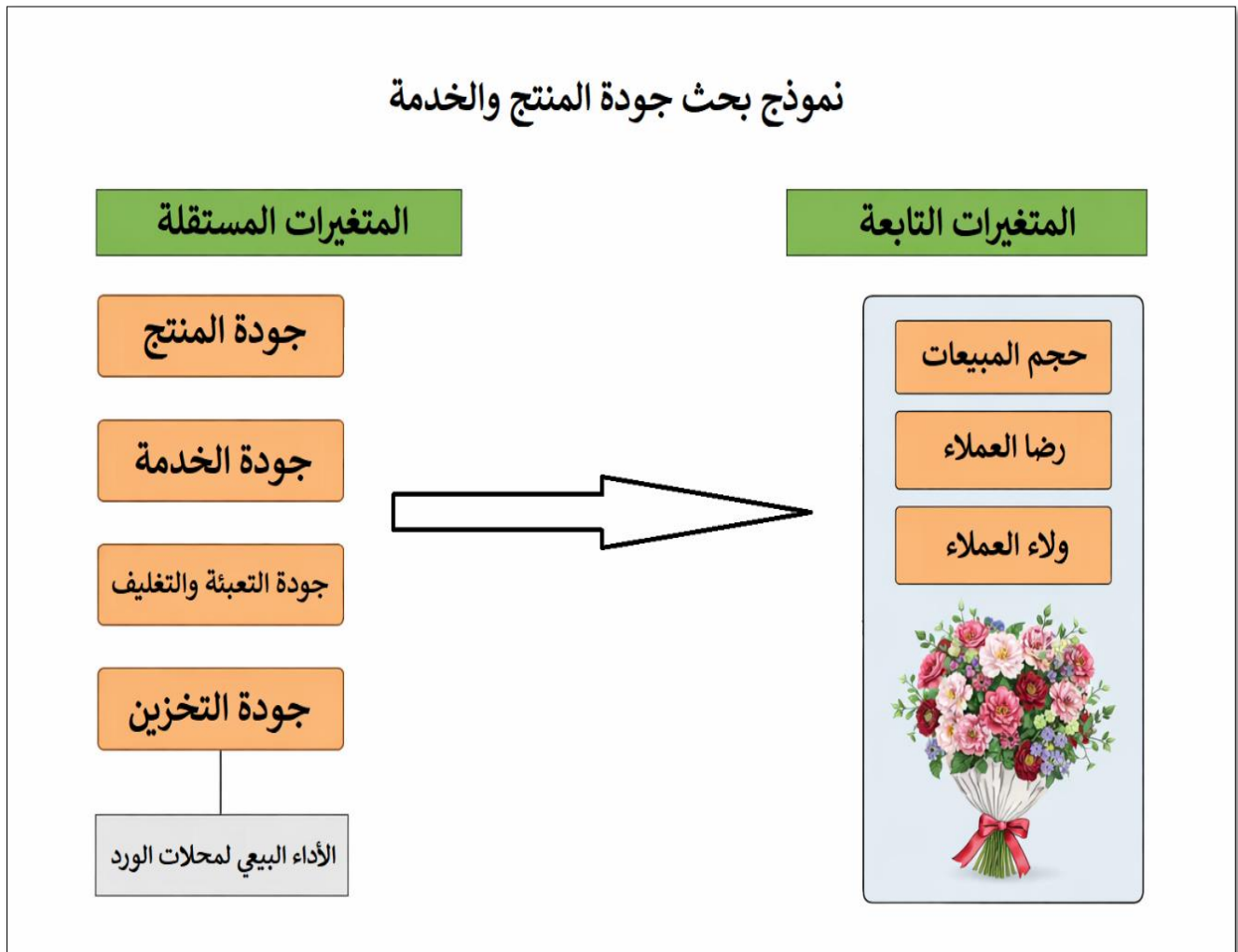
* حجم المبيعات

* 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:

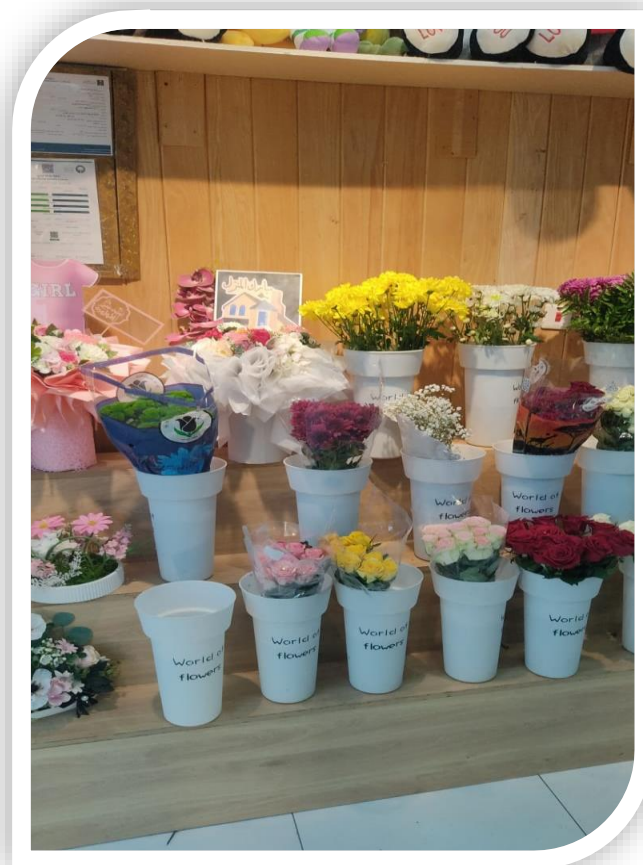
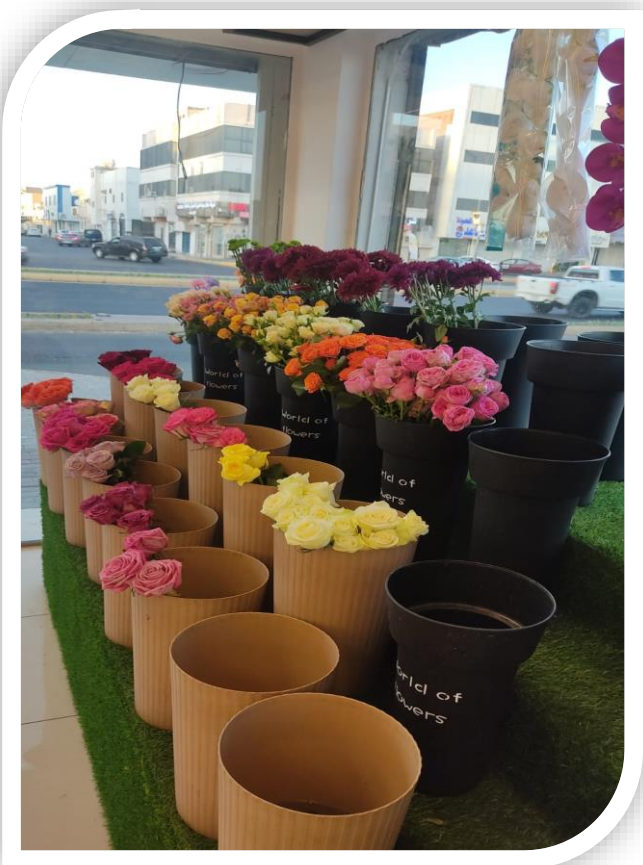
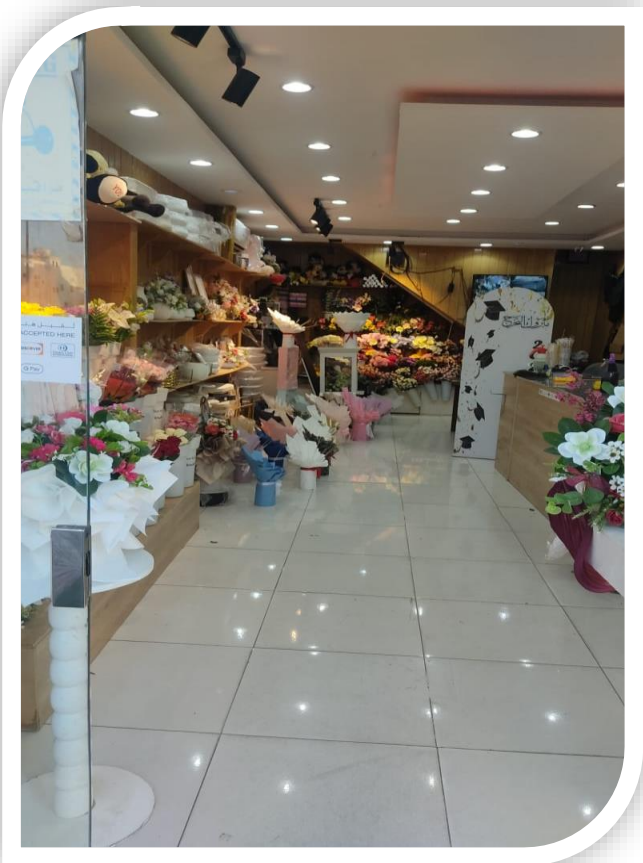
* محلات تعتمد على الورد المحلي

* 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

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

أدبيات البحث

يتناول هذا الفصل مراجعة وتحليل الأدبيات والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع أثر جودة المنتجات والخدمات على الأداء البيعي في محلات الورد والزهور في منطقة تبوك .

ويهدف إلى توضيح أهم المفاهيم والنظريات المرتبطة بالجودة، وجودة المنتج والخدمة، والتعبئة والتغليف، والتخزين والتبريد، وعلاقتها بسلوك المستهلك والمبيعات وولاء العملاء.

كما يستعرض الفصل أبرز ما توصلت إليه الدراسات السابقة ذات الصلة، مع توضيح أوجه الاستفادة منها في بناء الإطار النظري للدراسة الحالية وتحديد الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة إلى معالجتها.

ويساعد ذلك في تأسيس قاعدة علمية يمكن من خلالها تفسير العلاقات بين متغيرات البحث وصياغة الفرضيات واختبارها ميدانيًا.

وقد تم التركيز في مراجعة الأدبيات على الجودة باعتبارها المتغير المستقل، وعلى الأداء البيعي ورضا العملاء وولائهم باعتبارها من أهم النتائج المتوقعة، مع مراعاة خصوصية قطاع الورد والزهور في منطقة تبوك وطبيعة منتجاته سريعة التلف واعتماده الكبير على جودة المنتج والخدمة والتعامل مع العملاء.

تمهيد

تُعد الدراسات السابقة أحد أهم عناصر البحث العلمي، إذ تمثل الأساس النظري الذي يستند إليه الباحث في بناء مشكلة الدراسة وصياغة فرضياتها وتفسير نتائجها. كما تساعد في التعرف على ما توصلت إليه البحوث السابقة بشأن العلاقة بين الجودة والمبيعات، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها.

وفي هذا الفصل سيتم استعراض مفهوم المتغيرات الرئيسية للدراسة، وهي المتغير المستقل (الجودة) والمتغير التابع (الأداء البيعي)، ثم توضيح طبيعة العلاقة بينهما في قطاع محلات الورد والزهور بمنطقة تبوك.

٢.١ المقدمة

شهد قطاع محلات الورد والزهور في المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة نتيجة ارتفاع الطلب على الزهور في المناسبات الاجتماعية والرسمية، إلى جانب الاهتمام المتزايد بالهدايا والمنتجات الجمالية. وتُعد منطقة تبوك من أبرز المناطق المنتجة للورد في المملكة، حيث تمتلك مزارع متخصصة تنتج ملايين الزهور سنوياً، مما يجعلها بيئة مناسبة لدراسة العوامل المؤثرة في نجاح هذا القطاع.

وتؤكد الأدبيات العلمية أن نجاح المنشآت التجارية لم يعد يعتمد على جودة المنتج وحدها، بل أصبح مرتبطاً بمنظومة متكاملة تشمل جودة الخدمة، والتعبئة والتغليف، والتخزين، وسرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء. وقد أثبتت العديد من الدراسات أن الجودة تُعد من أهم العوامل التي تمنح المنشآت ميزة تنافسية مستدامة، وتؤثر بصورة مباشرة في رضا العملاء وزيادة المبيعات وتحقيق الولاء.

وانطلاقاً من ذلك، تركز هذه الدراسة على تحليل أثر الجودة بأبعادها المختلفة على الأداء البيعي لمحلات الورد في تبوك، باعتبارها من القطاعات التي تتأثر بصورة كبيرة بعوامل الطزاجة والحفظ وجودة الخدمة.

٢.٢ المتغير المستقل: الجودة

مفهوم الجودة

تُعرف الجودة بأنها قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم بصورة تحقق رضاهم، من خلال توفير خصائص ومواصفات تتوافق مع المعايير المطلوبة. وفي قطاع الورد والزهور، تُعد الجودة مفهومًا شاملاً لا يقتصر على الزهرة نفسها، بل يمتد ليشمل جميع مراحل تقديم المنتج للعميل.

أبعاد الجودة في محلات الورد

أولاً: جودة المنتج

ويقصد بها مستوى جودة الزهور من حيث:

- الطزاجة وحداثة القطف.
- اللون الطبيعي وتناسق الألوان.
- خلو الزهور من الذبول أو التلف.
- طول العمر الافتراضي بعد الشراء.
- الرائحة الطبيعية والمظهر الجمالي.

وتُعد هذه العناصر العامل الأكثر تأثيراً في تكوين الانطباع الأول لدى العميل، كما أنها تحدد القيمة التي يدركها المستهلك عند المقارنة بين المنتجات المحلية والمستوردة.

ثانيًا: جودة الخدمة

تشمل جودة الخدمة جميع الأنشطة التي ترافق عملية البيع، مثل:

- حسن استقبال العملاء.
- سرعة تنفيذ الطلبات.
- الدقة في تصميم الباقات.
- الالتزام بمواعيد التوصيل.
- الاستجابة السريعة للشكاوى والاستفسارات.

وتشير الدراسات إلى أن جودة الخدمة تسهم في بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء، وتزيد من احتمالية تكرار الشراء.

ثالثًا: جودة التعبئة والتغليف

يُعد التغليف أحد عناصر القيمة المضافة في قطاع الزهور، حيث يؤدي إلى:

- حماية الزهور أثناء النقل.
- إبراز الجمال البصري للباقات.
- رفع القيمة المدركة للهدية.
- تعزيز الهوية التجارية للمحل.

ولهذا أصبح التغليف الإبداعي وسيلة تسويقية فعالة تؤثر في قرار الشراء، خاصة في المناسبات الاجتماعية.

رابعاً: جودة التخزين والتبريد

نظراً لأن الزهور من المنتجات سريعة التلف، فإن أنظمة التخزين والتبريد تمثل عنصراً أساسياً في المحافظة على الجودة، وتشمل:

- درجات الحرارة المناسبة للحفظ.
- التحكم في الرطوبة.
- سرعة تداول المنتج بعد القطف.
- تقليل نسبة الهدر والفاقد.

وتؤدي الإدارة الجيدة للتخزين إلى تحسين كفاءة التشغيل وزيادة الربحية.

٢.٣ المتغير التابع: الأداء البيعي

مفهوم الأداء البيعي

يُعرف الأداء البيعي بأنه قدرة المنشأة على تحقيق أهدافها التسويقية من خلال زيادة حجم المبيعات والإيرادات، واستقطاب العملاء والمحافظة عليهم، وتحقيق النمو المستدام في الأرباح. وفي محلات الورد، يُقاس الأداء البيعي بمجموعة من المؤشرات أهمها:

- حجم المبيعات اليومية والشهرية.
- معدل نمو الإيرادات.
- عدد العملاء المتكررين.
- مستوى رضا العملاء.
- معدل ولاء العملاء.
- انخفاض نسبة المرتجعات والتلف.

أهمية الأداء البيعي

يمثل الأداء البيعي المؤشر الحقيقي لنجاح محلات الورد، لأنه يعكس كفاءة الإدارة في تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية. كما يساعد في تقييم فعالية الخطط التسويقية، وتحديد نقاط القوة والضعف، واتخاذ القرارات المناسبة لتحسين الربحية وتعزيز القدرة التنافسية.

٢.٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات والدراسات السابقة إلى وجود علاقة قوية بين جودة المنتج والخدمة وبين الأداء البيعي، حيث تؤثر الجودة بصورة مباشرة في سلوك المستهلك وقراره الشرائي، كما تؤثر بصورة غير مباشرة في رضا العملاء وولائهم.

أولاً: تأثير جودة المنتج على المبيعات

كلما ارتفعت جودة الزهور من حيث الطزاجة والمظهر والعمر الافتراضي، ازدادت رغبة العملاء في الشراء، مما يؤدي إلى:

- زيادة حجم الطلب.
- ارتفاع متوسط قيمة الفاتورة.
- تحسين سمعة المحل.
- زيادة الأرباح.

ثانيًا: تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء

الخدمة الاحترافية تجعل العميل يشعر بالثقة والاهتمام، وينعكس ذلك في:

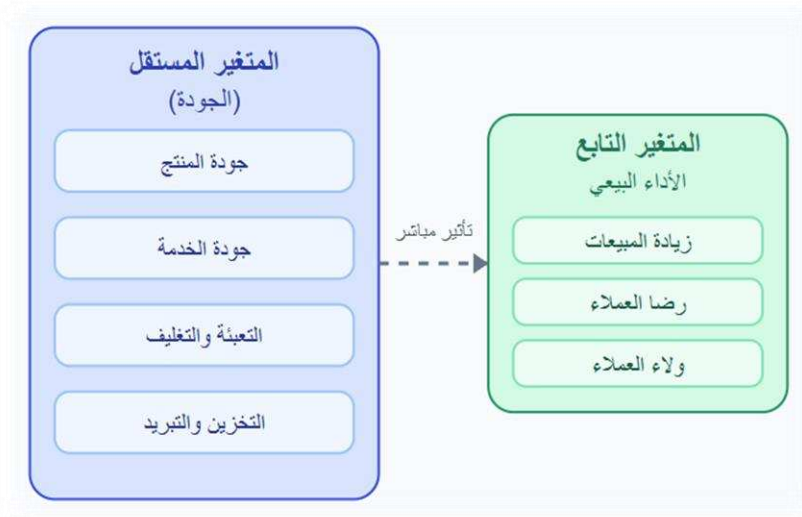
- تكرار الزيارة.
- التوصية بالمحل للآخرين.
- بناء ولاء طويل الأمد.
- تقليل شكاوى العملاء.

ثالثًا: تأثير التعبئة والتغليف

أصبح التغليف عنصرًا تنافسيًا مهمًا، إذ يمنح المنتج قيمة جمالية إضافية، ويزيد من احتمالية شراء الباقات كهدايا، خاصة في حفلات الزواج والتخرج والأعياد.

رابعًا: تأثير التخزين والتبريد

كلما كانت أنظمة الحفظ أكثر كفاءة، انخفضت نسبة التلف، وتحسنت جودة المنتج عند وصوله للعميل، وهو ما يؤدي إلى تقليل الخسائر وزيادة هامش الربح.



يتضح من النموذج أن الجودة تمثل المتغير المستقل بأبعاده الأربعة، بينما يمثل الأداء البيعي المتغير التابع الذي يقاس بزيادة المبيعات ورضا العملاء وولائهم.

من خلال استعراض الأدبيات والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث، يتضح أن الجودة أصبحت من أهم العوامل المؤثرة في نجاح واستمرارية المنشآت التجارية والخدمية، ولم تعد تقتصر على جودة المنتج النهائي فقط، وإنما أصبحت مفهوماً متكاملًا يشمل مختلف مراحل تقديم المنتج والخدمة للعميل. ويكتسب هذا المفهوم أهمية أكبر في قطاع محلات الورد والزهور، نظرًا للطبيعة الخاصة لهذا القطاع، حيث ترتبط قيمة المنتج بجودته وطزاجته ومظهره الجمالي، إضافة إلى طريقة تقديمه والخدمات المصاحبة له.

وقد أوضح الفصل أن جودة المنتج تمثل أحد أهم أبعاد الجودة المؤثرة في سلوك المستهلك، إذ إن العميل عند شراء الزهور يهتم بدرجة الطزاجة، وتناسق الألوان، والمظهر العام، وخلو الزهور من العيوب والتلف، بالإضافة إلى قدرتها على الاحتفاظ بجودتها لأطول فترة ممكنة بعد الشراء. ولذلك فإن المحافظة على مستوى مرتفع من جودة الزهور يمكن أن تسهم في تكوين صورة إيجابية عن المحل، وتعزيز ثقة العملاء بمنتجاته، وزيادة احتمالية تكرار عملية الشراء.

كما تبين أن جودة الخدمة تمثل عنصرًا أساسيًا في تجربة العميل، خصوصًا في قطاع يعتمد على الطلبات الخاصة والمناسبات المختلفة. فسرعة الاستجابة، وحسن التعامل، والقدرة على فهم رغبات العميل، ودقة تنفيذ الباقات، والالتزام بمواعيد التوصيل، كلها عوامل يمكن أن تؤثر في مستوى رضا العميل. ولا تنتهي أهمية الخدمة عند إتمام عملية البيع، بل تمتد إلى ما بعد البيع من خلال متابعة ملاحظات العملاء والاستجابة للشكاوى والعمل على تحسين التجربة بصورة مستمرة.

ومن ناحية أخرى، أظهر الفصل أهمية التعبئة والتغليف باعتبارهما من العناصر التي تضيف قيمة للمنتج، ولا سيما أن الورد غالبًا ما يتم شراؤه بغرض تقديمه كهدية في مناسبات مختلفة. ولذلك فإن جودة التغليف وتصميمه وألوانه وطريقة تنسيق الباقة يمكن أن تؤثر في الانطباع الذي يكوّنه العميل عن المنتج والمحل. كما

أن التغليف الجيد لا يؤدي وظيفة جمالية فقط، وإنما يسهم كذلك في حماية الزهور أثناء النقل والمحافظة على شكلها وجودتها حتى وصولها إلى المستهلك.

أما التخزين والتبريد، فقد تم اعتبارهما من العوامل التشغيلية المهمة في المحافظة على جودة الزهور وتقليل الفاقد. فالزهور من المنتجات سريعة التلف، وأي قصور في ظروف التخزين أو درجات الحرارة أو الرطوبة المناسبة قد يؤدي إلى انخفاض جودتها خلال فترة قصيرة، الأمر الذي ينعكس سلبًا على رضا العملاء وعلى التكاليف والأرباح. ومن هنا فإن الاستثمار في وسائل التخزين والحفظ المناسبة لا يمثل مجرد تكلفة تشغيلية، وإنما يمكن اعتباره استثمارًا في جودة المنتج وتقليل الخسائر وتحسين الأداء الاقتصادي للمحل.

وبالنظر إلى الأداء البيعي، يتضح أنه لا يمكن فصله عن مستوى الجودة الذي تقدمه محلات الورد. فارتفاع المبيعات لا يعتمد فقط على انخفاض الأسعار أو كثافة الإعلانات، وإنما يرتبط كذلك بقدرة المحل على تقديم قيمة حقيقية للعميل. وكلما شعر العميل بأن المنتج الذي يحصل عليه يتناسب مع السعر الذي يدفعه، وأن الخدمة المقدمة تلي توقعاته، زادت احتمالية تكرار الشراء والتوصية بالمحل للآخرين. وبالتالي فإن الجودة يمكن أن تؤدي دورًا مهمًا في تحقيق المبيعات بصورة مباشرة من خلال التأثير في قرار الشراء، وبصورة غير مباشرة من خلال تعزيز الرضا والولاء.

كما يتضح من العرض السابق أن رضا العملاء وولاءهم يمثلان حلقة مهمة تربط بين الجودة والأداء البيعي. فالعميل الراضي لا يكتفي بإتمام عملية شراء واحدة، وإنما قد يتحول إلى عميل دائم للمحل، وقد يوصي بخدماته ومنتجاته لأفراد أسرته وأصدقائه وزملائه. وهذا النوع من العملاء يمثل قيمة اقتصادية مهمة للمحل؛ لأن الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وبناء علاقات طويلة الأمد معهم يمكن أن يسهم في تحقيق استقرار المبيعات واستدامة النشاط التجاري.

وفي ضوء طبيعة منطقة تبوك وما تتميز به من نشاط في مجال إنتاج الورد وتوافر المزارع المتخصصة، تبرز أهمية دراسة هذه العلاقات في البيئة المحلية. فوجود إنتاج محلي من الزهور يوفر فرصة لمحلات الورد للاستفادة من المنتجات المحلية، إلا أن الاستفادة من هذه الميزة تتطلب المحافظة على الجودة، وتحسين

عمليات التداول والتخزين، وتطوير أساليب العرض والتسويق، وتعريف المستهلك بمزايا المنتج المحلي. كما أن المقارنة بين المنتجات المحلية والمستوردة يمكن أن تساعد أصحاب المحلات على اتخاذ قرارات أفضل فيما يتعلق بالمخزون ومصادر التوريد وتلبية احتياجات العملاء.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الدراسات والمفاهيم التي تم تناولها في هذا الفصل توفر أساساً نظرياً مناسباً للدراسة الحالية، وتدعم الاتجاه نحو اختبار العلاقة بين أبعاد الجودة المختلفة والأداء البيعي في محلات الورد بمنطقة تبوك. كما تساعد هذه النتائج النظرية في تفسير الفرضيات التي تم صياغتها في الفصل الأول، والتي تركز على أثر جودة المنتج، وجودة الخدمة، وجودة التعبئة والتغليف، وكفاءة التخزين والتبريد، والجودة الشاملة في المبيعات ورضا العملاء وولائهم.

وعليه، فإن الدراسة الحالية لا تقتصر على دراسة الجودة باعتبارها مفهوماً نظرياً، وإنما تسعى إلى الانتقال من الجانب النظري إلى الجانب التطبيقي والميداني من خلال قياس آراء العملاء وأصحاب محلات الورد وتحليل البيانات المتعلقة بمستوى الجودة والأداء البيعي.

ومن المتوقع أن تساعد نتائج الدراسة في تحديد أكثر أبعاد الجودة تأثيراً في سلوك العملاء والمبيعات، والكشف عن الجوانب التي تحتاج إلى تطوير وتحسين.

وبذلك يمثل هذا الفصل حلقة وصل بين الإطار العام للدراسة الذي تم عرضه في الفصل الأول، وبين الدراسة الميدانية التي سيتم تناولها في الفصول اللاحقة.

ففي الوقت الذي حدد فيه الفصل الأول مشكلة البحث وأسئلته وأهدافه وفرضياته، قام الفصل الثاني بتوفير الأساس النظري الذي يفسر متغيرات الدراسة والعلاقات المتوقعة بينها. ومن ثم ستنقل الدراسة في الفصل التالي إلى تحديد المنهجية المناسبة، ومجتمع الدراسة وعينها، وأداة جمع البيانات، وطريقة تحليلها، بما يسمح باختبار الفرضيات والوصول إلى نتائج علمية يمكن الاستفادة منها في تطوير قطاع محلات الورد والزهور في منطقة تبوك.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب والدراسات العربية

- الجبوري، محمد حسين غربي. (2021) إدارة الجودة الشاملة وأثرها في زيادة المبيعات.
- الحربي، عبدالله بن صالح (2017) أساسيات التعبئة والتغليف ودورها في تسويق المنتجات.
- الزهراني، أحمد بن حسين. (2021). إدارة المخزون والتخزين في المنشآت التجارية.
- الشمري، خالد بن نايف. (2018). التسويق في قطاع التجزئة والخدمات .
- العتيبي، سعد بن عبدالله. (2019). جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء.
- القحطاني، فهد بن محمد. (2020). سلوك المستهلك في الأسواق السعودية.
- شيني، الطيب محمد هارون. (2013). أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على المبيعات في الشركات الصناعية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية المترجمة أو المعرّبة

- أوزكان، وآخرون. (2020). 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 الاقتصادية .تقارير عن قطاع التجزئة ونمو المشاريع الصغيرة.
- صحيفة سعودي جازيت .تقارير اقتصادية وزراعية عن إنتاج الورد .
- صحيفة عرب نيوز .تقارير حول قطاع الزهور في المملكة العربية السعودية .

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

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