



أنشطة الخدمات الأخرى

المحتويات

1

نبذة عن التقرير

2

المؤشرات الاقتصادية لأنشطة الخدمات الأخرى

3

أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

4

أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

1-3

أداء سوق إصلاح أجهزة الحاسوب
والسلع الشخصية والمنزلية

1-4

أداء سوق أنشطة تصفيف الشعر
وأنواع التجميل الأخرى

2-3

دراسة سوق إصلاح أجهزة الحاسوب
والسلع الشخصية والمنزلية من
وجهة نظر أصحاب المنشآت

2-4

دراسة سوق أنشطة تصفيف
الشعر وأنواع التجميل الأخرى من
وجهة نظر أصحاب المنشآت

3-3

دراسة سوق إصلاح أجهزة الحاسوب
والسلع الشخصية والمنزلية من
وجهة نظر المستهلكين

3-4

دراسة سوق أنشطة تصفيف
الشعر وأنواع التجميل الأخرى من
وجهة نظر المستهلكين

5

أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

6

أنشطة خدمات الخياطة

1-5

دراسة سوق أنشطة غسيل
المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها
من وجهة نظر أصحاب المنشآت

1-6

دراسة سوق خدمات الخياطة من
وجهة نظر أصحاب المنشآت

2-5

دراسة سوق أنشطة غسيل
المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها
من وجهة نظر المستهلكين

2-6

دراسة سوق خدمات الخياطة من
وجهة نظر المستهلكين

الجزء الأول

نبذة عن التقرير

1-1 أهداف ومنهجية التقرير

عن منشآت

أنشئت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» عام 2016م، وتتلخص أهدافها في تنظيم قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة ودعمه وتنميته ورعايته، وفقاً لأفضل الممارسات العالمية، لرفع إنتاجية هذه المنشآت وزيادة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي إلى 35 % بحلول عام 2030م.

وتعمل «منشآت» على إعداد وتنفيذ ودعم برامج ومشاريع لنشر ثقافة وفكر العمل الحر وروح ريادة الأعمال والمبادرة والابتكار، وتنويع مصادر الدعم المالي للمنشآت، وتحفيز مبادرات قطاع رأس المال الجريء، إلى جانب وضع السياسات والمعايير لتمويل المشاريع التي تصنف على أنها مشاريع صغيرة ومتوسطة، وتقديم الدعم الإداري والفني للمنشآت، ومساندتها في تنمية قدراتها الإدارية والفنية والمالية، والتسويقية، والموارد البشرية، وغيرها.

كما تعمل على دعم إنشاء شركات متخصصة في التمويل، وتفعيل دور البنوك وصناديق الإقراض وتحفيزها لأداء دور أكبر وفعال في التمويل والاستثمار في المنشآت، وإنشاء البرامج اللازمة لتنمية المنشآت ودعمها، إضافة إلى إنشاء مراكز خدمة شاملة للمنشآت لإصدار جميع المتطلبات النظامية لها ونحوها؛ من خلال المشاركة الفعلية والإلكترونية للجهات العامة والخاصة ذات العلاقة.

الأهداف العامة للتقرير

يهدف هذا التقرير بالأساس إلى:

- تقديم معلومات وإحصاءات موثوقة تخص أنشطة الخدمات الشخصية المختلفة في المملكة العربية السعودية.
- توضيح حالة السوق وإبراز الفرص المتاحة ورغبات المستهلكين وتطلعاتهم وآراء أصحاب الأعمال في كل نشاط.
- مساعدة رواد الأعمال والمستثمرين في التعرف بشكل أوضح على الخصائص والمميزات الاقتصادية الحالية والمستقبلية لهذه الأنشطة.
- تشجيع رواد الأعمال للاستثمار في هذه الأنشطة باعتبارها من الأنشطة الاقتصادية الواعدة في المملكة العربية السعودية.
- دفع الاستثمار في هذه الأنشطة والرفع من قيمتها الاقتصادية ومن مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي.



منهجية التقرير

تعتمد منهجية التقرير على عرض وتحليل البيانات والإحصاءات والمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية واستطلاع آراء المستهلكين ومقدمي الخدمات الشخصية، وذلك من خلال:



2-1 محتويات التقرير



1-3 التعريف بالأنشطة المشمولة بالتقرير

التعريف بالأنشطة



1 أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية، وهي الأنشطة المنضوية تحت القسم 95 من الباب (ق) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التنيقح الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتتكون من 23 نشاطاً فرعياً، مثل إصلاح وصيانة أجهزة الحاسوب ومعدات الاتصالات والأجهزة الإلكترونية الاستهلاكية، إلخ.

2 أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى، وهي الأنشطة المنضوية تحت الفئة رقم 9602 من القسم 96 من الباب (ق) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التنيقح الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتتكون من 4 أنشطة فرعية، مثل الصالونات الرجالية والنسائية وأنشطة التجميل الأخرى، إلخ.



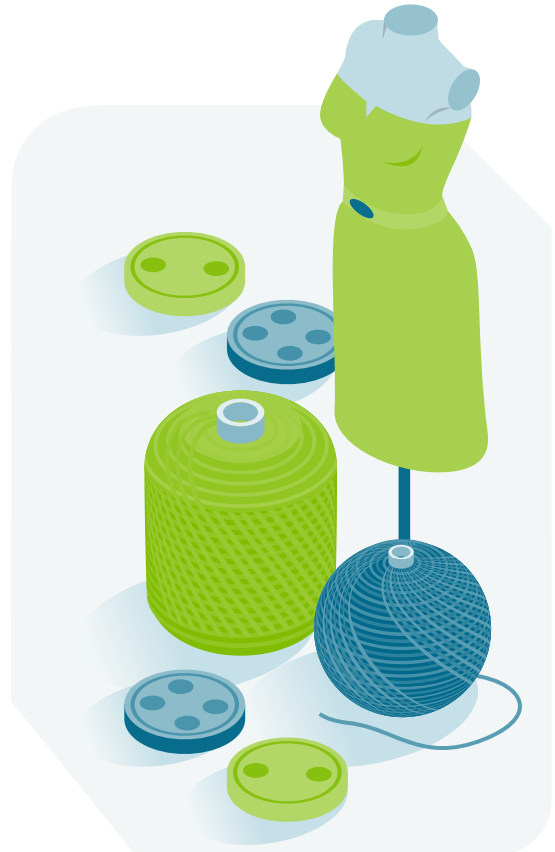


3 أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها

أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها، وهي الأنشطة المنصوية تحت الفئة رقم 9601 من القسم 96 من الباب (ق) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التنقيح الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتتكون من 4 أنشطة فرعية، مثل غسل وتنظيف الملابس والسجاد والستائر والفراش، إلخ.

4 أنشطة خدمات الخياطة

أنشطة خدمات الخياطة مصنفة ضمن دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التنقيح الرابع (ISIC4) كنشاط مستقل يسمى تصليح وتعديل الملابس تحت الرقم 9529.



الجزء الثاني

المؤشرات الاقتصادية لأنشطة الخدمات الأخرى



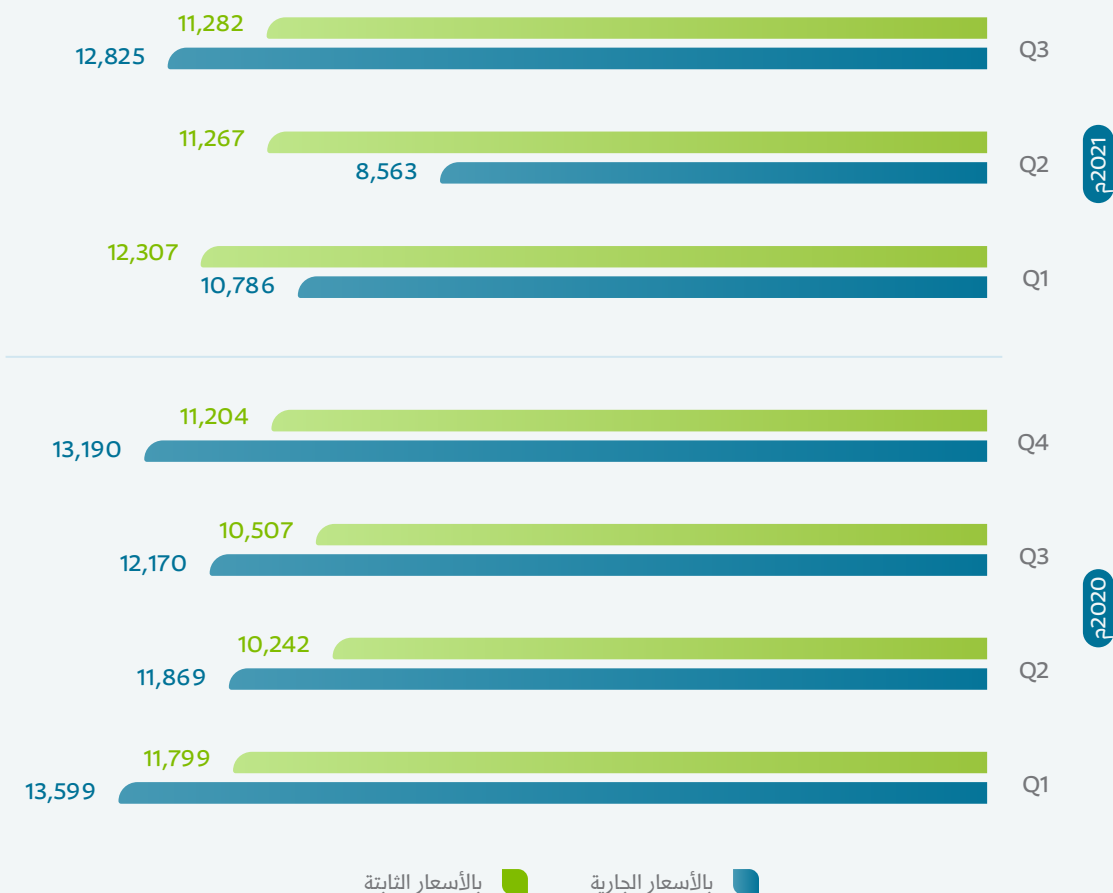
1-2 الناتج المحلي لأنشطة الخدمات الأخرى



تُشير إحصاءات الحسابات القومية الصادرة عن الهيئة العامة للإحصاء إلى أن الناتج المحلي لقطاع الخدمات الجماعية والاجتماعية والشخصية قد بلغ في الربع الثالث من عام 2021م، نحو 12.8 مليار ريال بالأسعار الجارية و 11.28 مليار ريال بالأسعار الثابتة (2010م=100).

ويشمل هذا القطاع عدة أنشطة من بينها أنشطة الخدمات الأخرى التي تندرج ضمن الباب (ق) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التنقيح الرابع (ISIC4). وتشمل أنشطة الخدمات الأخرى أنشطة إصلاح وصيانة الأجهزة الشخصية وكذلك أنشطة العناية الشخصية كصالونات تصفيف الشعر والتجميل ومحلات الغسل والكي والتنظيف.

الناتج المحلي لقطاع الخدمات الجماعية والاجتماعية والشخصية (مليون ريال)



كما تُظهر البيانات ارتفاع الناتج المحلي بالأسعار الثابتة لهذا القطاع بنسبة 0.13% على أساس ربعي ونسبة 7.37% على أساس سنوي. وتفيد هذه النتائج بأن هذا النوع من الأنشطة يشهد انتعاشة قوية تمثلت في تحقيقه لقيمة اقتصادية قياسية خلال الربع الأول من عام 2021م، بلغت 12.3 مليار ريال بالأسعار الثابتة.

وبهذه النتائج، ارتفعت نسبة مساهمة قطاع الخدمات الجماعية والاجتماعية والشخصية في الناتج المحلي غير النفطي بالأسعار الجارية من 2.7% خلال الربع الثاني 2021م إلى 3.5% خلال الربع الثالث 2021م.

نسبة مساهمة قطاع الخدمات الجماعية والاجتماعية والشخصية في الناتج المحلي غير النفطي



2-2 العاملون في أنشطة الخدمات الأخرى حسب الجنسية والجنس

مواطنون ◀ 20.8%

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

19,405
%44.8



18,342

23,974
%55.2



24,139

تُشير إحصاءات سوق العمل التي تصدرها الهيئة العامة للإحصاء إلى أن عدد العاملين الخاضعين لأنظمة ولوائح التأمينات الاجتماعية في أنشطة الخدمات الأخرى، قد تجاوز في نهاية الربع الثالث من عام 2021م الـ 208 ألف عامل، بنسبة 2.6% من إجمالي العاملين في جميع القطاعات الاقتصادية في المملكة. وتجاوز أنشطة الخدمات الأخرى العديد من الأنشطة كالتعليم وأنشطة الفنون والترفيه والتسليّة والأنشطة العقارية والأنشطة المالية والتأمين وأنشطة المعلومات والاتصالات، من حيث عدد العاملين فيها.

وتُظهر بيانات الربع الثالث 2021م أن حوالي خمس عدد العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى (20.8%) هم مواطنون سعوديون، منهم 19,405 من الإناث. عدد العاملات السعوديات في أنشطة الخدمات الأخرى ارتفع بنسبة 5.8% بين الربعين الثاني والثالث من عام 2021م، وذلك نتيجة لسياسة تمكين المرأة السعودية والرفع من مساهمتها في الاقتصاد الوطني. حيث يلاحظ أن نسبة السعوديات من إجمالي الأيدي العاملة في أنشطة الخدمات الأخرى قد ارتفع من 8.73% في الربع الثاني 2021م إلى 9.31% في الربع الثالث من العام نفسه.

من جانب آخر مثّل السعوديين الذكور نسبة 11.51% من إجمالي الأيدي العاملة في أنشطة الخدمات الأخرى وذلك خلال الربع الثالث من عام 2021م. هذه النسبة كانت في حدود 10.85% في الربع الأول من العام نفسه، وهو ما يعني أن هذه الأنشطة تستقطب أكثر فأكثر من السعوديين كنتيجة لسياسة توطين الوظائف التي تتبعها المملكة منذ فترة تماشياً مع أهداف رؤية 2030.

إجمالي العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

208,242

210,010

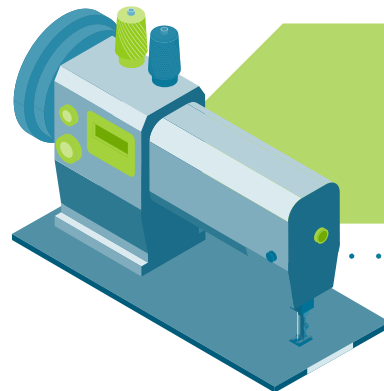
النسبة من إجمالي العاملين في جميع الأنشطة الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

%2.6

%2.6



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

3-2 العاملون في أنشطة الخدمات الأخرى حسب المنطقة الإدارية

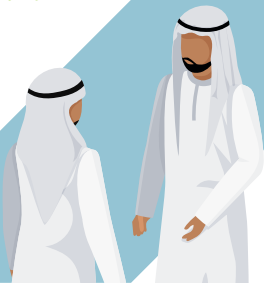
بحسب إحصاءات سوق العمل للربع الثالث من عام 2021م، تتصدّر منطقة الرياض قائمة المناطق الإدارية للمملكة من حيث عدد العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى، وذلك بنحو 97,105 عاملاً وبنسبة 46.6% من إجمالي الأيدي العاملة في هذه الأنشطة على مستوى المملكة.

يُلاحظ أن نسبة كبيرة من الوظائف في أنشطة الخدمات الأخرى تتركز في ثلاث مناطق إدارية، وهي الرياض ومكة المكرمة والشرقية. هذه المناطق الثلاثة استأثرت بـ 80% من إجمالي الوظائف في الربع الثالث من عام 2021م.

بقية مناطق المملكة تشغل نسبة قليلة من الأيدي العاملة في أنشطة الخدمات الشخصية، حيث أنها لم تتجاوز الـ 3.3% في أفضل الحالات. وهو ما يعني أنها لا تزال مناطق ذات قابليّة تشغيلية عالية في مجالات الخدمات الشخصية المختلفة كصالونات الحلاقة ومحلات الخياطة والمغاسل ومحلات إصلاح الجوالات والحواسيب الشخصية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية الشخصية.

المنطقة الإدارية	الربع الثالث 2020م		الربع الثالث 2021م	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد
الرياض	46.0%	101,533	46.6%	97,105
مكة المكرمة	19.0%	41,994	19.0%	39,489
المدينة المنورة	3.4%	7,428	2.9%	5,972
القصيم	3.0%	6,694	3.3%	6,790
المنطقة الشرقية	14.6%	32,303	14.4%	29,942
عسير	3.1%	6,796	3.1%	6,406
تبوك	2.2%	4,777	2.2%	4,485
حائل	1.7%	3,688	1.6%	3,320
الحدود الشمالية	2.0%	4,328	1.9%	3,870
جازان	2.6%	5,655	2.6%	5,508
نجران	1.0%	2,102	1.0%	1,989
الباحة	0.6%	1,281	0.6%	1,227
الجوف	1.0%	2,304	1.0%	2,139
الإجمالي	100%	220,883	100%	208,242

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.



4-2 العاملون في أنشطة الخدمات الأخرى حسب الفئة العمرية

من ناحية أخرى، تُظهر إحصاءات سوق العمل للربع الثالث من عام 2021م أن 18.5% من العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى تتراوح أعمارهم بين 30-34 سنة، وهي الفئة الأعلى نسبة من بقية الفئات العمرية.

كما تفيد الأرقام بأن أكثر من ثلثي (67.1%) العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى هم من الفئة العمرية 25-44 عاماً.

أما الفئة الشبابية التي يتراوح عمرها بين 15 و 24 عاماً فعددتها في حدود الـ 14,873 عاملاً، ولا تمثل إلا 7.1% من إجمالي العاملين في هذه الأنشطة، ولكن هذه النسبة ارتفعت قليلاً مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي، حيث كانت في حدود 6.8%. وهذا يعني أن هذه الأنشطة تتجه نحو تشغيل المزيد من العاملين والعاملات الشباب.

الفئة العمرية	الربع الثالث 2020م		الربع الثالث 2021م	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد
19-15	0.7%	1,609	0.8%	1,684
24-20	6.1%	13,405	6.3%	13,189
29-25	16.2%	35,739	16.1%	33,467
34-30	18.8%	41,549	18.5%	38,567
39-35	17.9%	39,633	17.9%	37,175
44-40	14.5%	32,096	14.6%	30,317
49-45	9.4%	20,808	9.6%	20,032
54-50	7.5%	16,472	7.3%	15,199
59-55	4.9%	10,823	4.9%	10,258
60-64	2.5%	5,421	2.5%	5,154
+65	1.5%	3,328	1.5%	3,200
الإجمالي	100%	220,883	100%	208,242

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

الجزء الثالث

أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

3

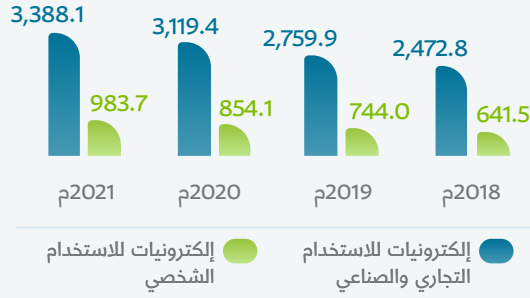
3

1-3

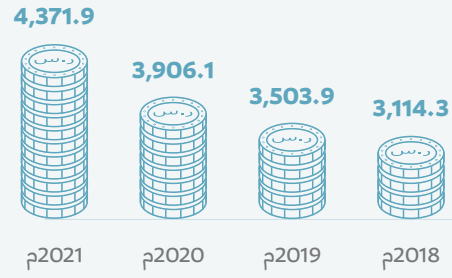
أداء سوق إصلاح أجهزة
الحاسوب والسلع
الشخصية والمنزلية

3-1-1 حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية

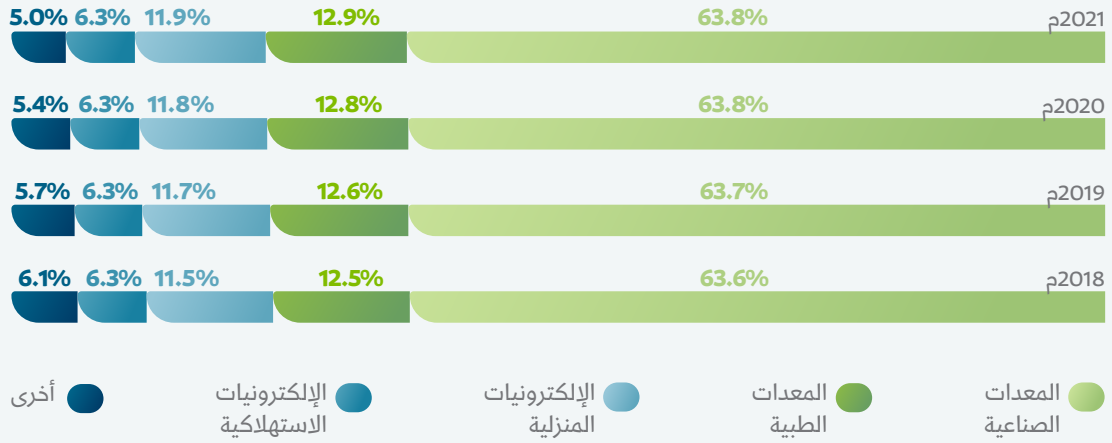
حجم سوق صيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية حسب نوع الاستخدام (مليون ريال)



حجم سوق صيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية (مليون ريال)



حجم سوق صيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية حسب النوع



شهد السوق السعودي لصيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية تطوراً مستمراً خلال السنوات الأربعة الأخيرة، لبلغ حجم المعاملات فيه نحو 4,371.9 مليون ريال في عام 2021م، محققاً نسبة نمو تقدر بـ 12% كمعدل سنوي للفترة 2018م-2021م.

يشمل هذا السوق صيانة وإصلاح جميع أنواع الأجهزة الإلكترونية، ولكن حوالي 77.5% من حجم المعاملات فيه في عام 2021م كانت تخص الأجهزة الإلكترونية ذات الاستخدام التجاري والصناعي كالألات والمعدات الإلكترونية التي تستخدم في الأنشطة الصناعية المختلفة أو التي تستخدم في القطاع الصحي أو في مختلف الأنشطة التجارية. حجم سوق صيانة وإصلاح الإلكترونيات ذات الاستخدام الشخصي كإلكترونيات المنزلية أو الإلكترونيات الاستهلاكية وصل في عام 2021م إلى 983.7 مليون ريال، وقد حقق بدوره نمواً سنوياً بنسبة 15.3% للفترة 2018م-2021م.

صيانة وإصلاح الإلكترونيات الأخرى كالأجهزة الرقمية والأجهزة الضوئية والإلكترونيات الدقيقة، إلخ، لم تمثل في عام 2021م إلا 5% من حجم السوق ككل وذلك بقيمة معاملات بلغت 218.6 مليون ريال.

المصدر: <https://www.360iresearch.com/library/research-report/global-electronic-maintenance-repair-market>

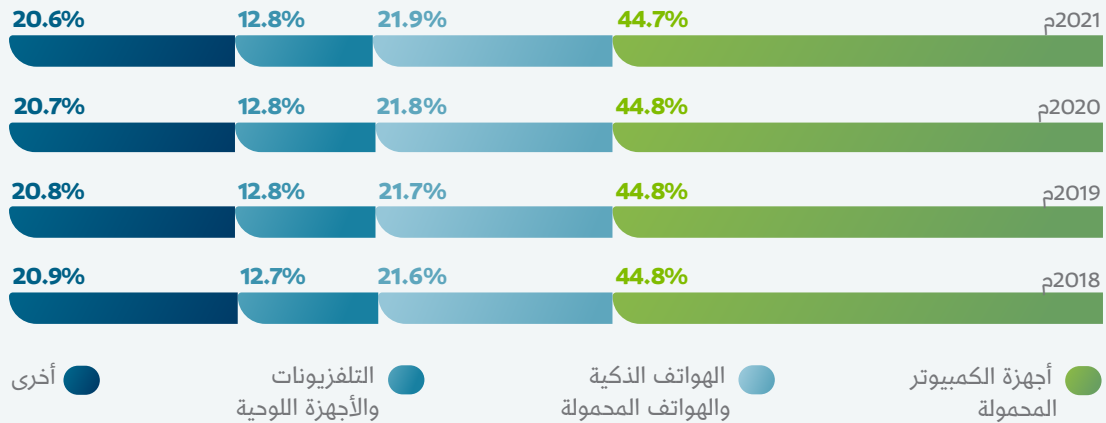


2-1-3 حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الإلكترونيات الاستهلاكية

حجم سوق إصلاح وصيانة الإلكترونيات الاستهلاكية
(مليون ريال)



حجم سوق صيانة وإصلاح الإلكترونيات الاستهلاكية حسب النوع



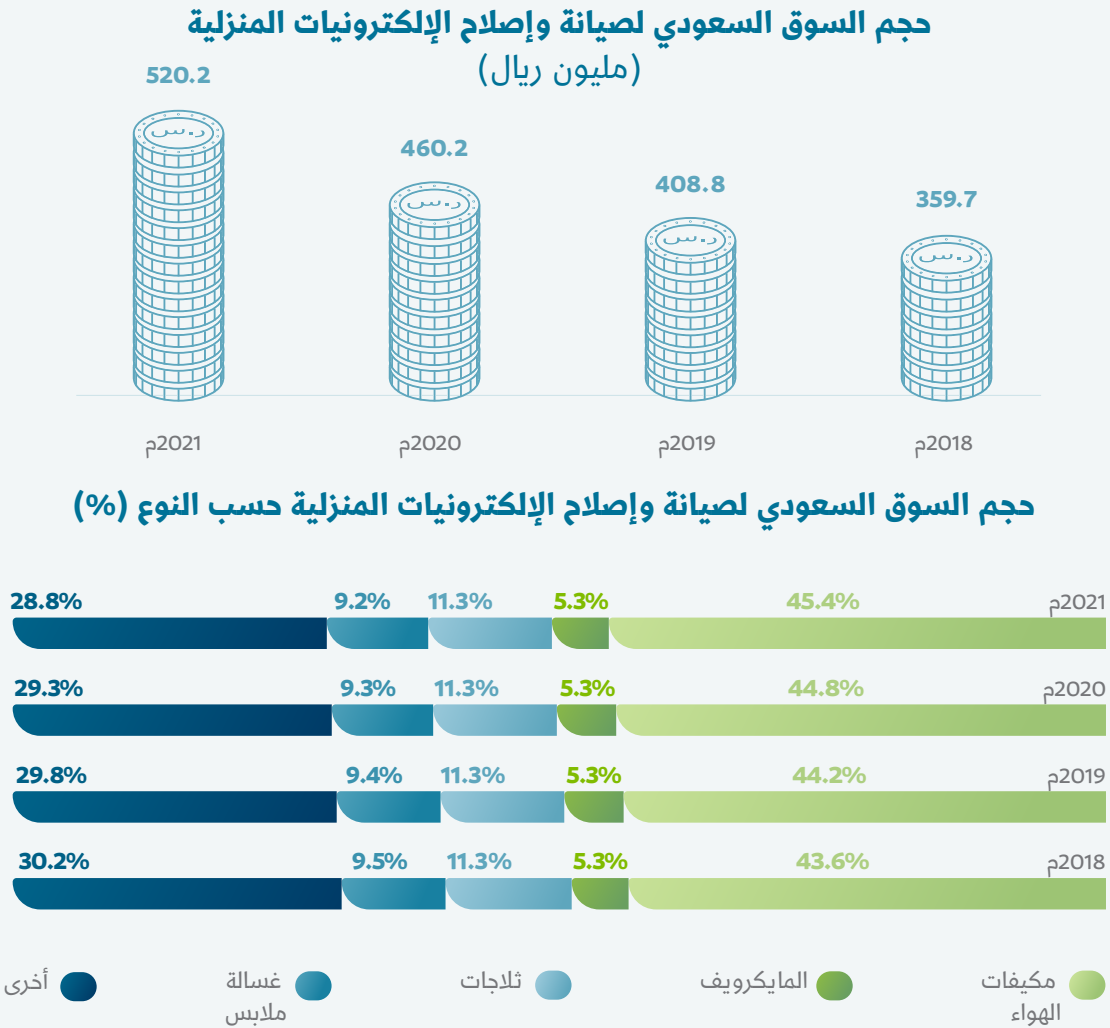
في عام 2021م، بلغ حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الإلكترونيات الاستهلاكية الشخصية كأجهزة الحاسوب المحمول والهواتف والتلفازات والأجهزة اللوحية، إلخ، ما يناهز الـ 277 مليون ريال. وقد شهد نمواً بنسبة 12.3% كمعدل سنوي للفترة 2021-2028م.

نسبة كبيرة من المعاملات في هذا السوق، تتصل بصيانة وإصلاح أجهزة الحاسوب المحمول التي تمثل ما يقرب عن 45% من حجم السوق ككل. تأتي في المرتبة الثانية خدمات صيانة وإصلاح الهواتف بجميع أصنافها بحجم معاملات بلغ 60.7 مليون ريال في عام 2021م وبنسبة 22% من إجمالي حجم السوق.

سوق إصلاح وصيانة التلفازات والأجهزة اللوحية يمثل حوالي 13% من إجمالي السوق، ولكنه يظل أقل أهمية من سوق إصلاح الإلكترونيات الأخرى غير المصنفة، التي تعتبر سوقاً واعدة وفيها عدة فرص للاستثمار خاصة في المجالات التي تتطلب تخصصات تقنية عالية.

المصدر: <https://www.360iresearch.com/library/research-report/global-electronic-maintenance-repair-market>

3-1-3 حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الإلكترونيات المنزلية



في عام 2021م، بلغ حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الإلكترونيات المنزلية كمكيفات الهواء والثلاجات وغسالات الملابس، إلخ، ما يناهز الـ 520.2 مليون ريال. وقد شهد نمواً بنسبة 13% كمعدل سنوي للفترة 2021-2028م.

نسبة كبيرة من المعاملات في هذا السوق، تتصل بصيانة وإصلاح مكيفات الهواء، والتي تمثل ما يقرب عن 45% من حجم السوق ككل.

نحو 29% من إجمالي المعاملات في هذا السوق تخص صيانة وإصلاح أنواع مختلفة وغير مصنفة من الأجهزة الإلكترونية المنزلية، وهي تحتل المرتبة الثانية من حيث الأهمية.

قيمة المعاملات في اختصاص صيانة وإصلاح الثلاجات بلغت نحو 58.8 مليون ريال في عام 2021م، ومثلت نسبة 11.3% من إجمالي المعاملات في سوق صيانة وإصلاح الإلكترونيات المنزلية ككل، لتحتل بذلك المرتبة الثالثة من حيث الأهمية في السوق.

سوق إصلاح وصيانة غسالات الملابس يمثل حوالي 9% من إجمالي السوق، وهو يتجاوز سوق صيانة وإصلاح المايكرويف بنحو 4 نقاط على مستوى الأهمية النسبية في السوق.

المصدر: <https://www.360iresearch.com/library/research-report/global-electronic-maintenance-repair-market>

3

2-3

دراسة سوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 78 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطلعات، إلخ، التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

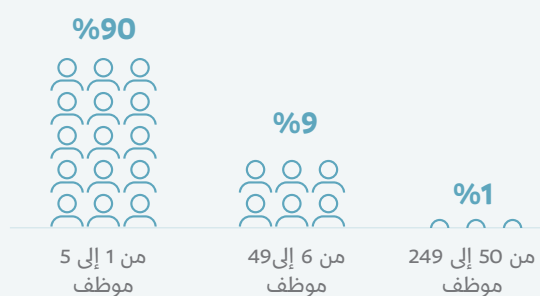
1-2-3 خصائص عينة منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية



حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



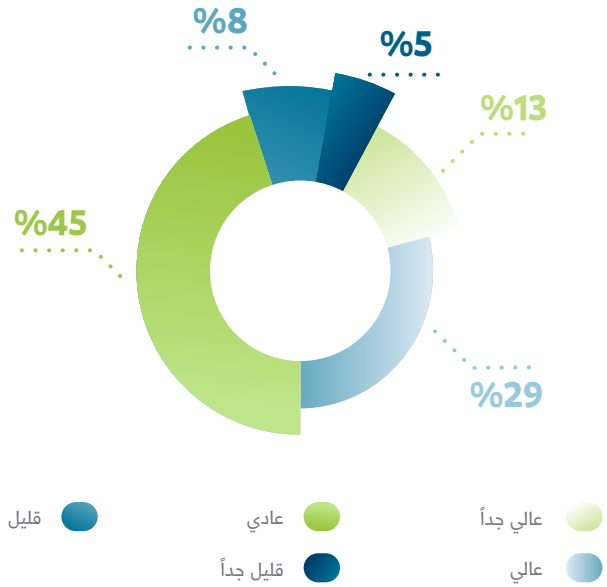
حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



2-2-3 مؤشر النمو لدى منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية



كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



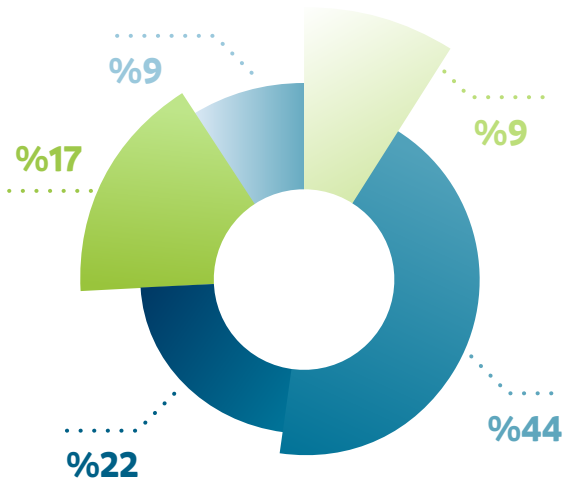
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



حجم العينة=78

3-2-3 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

44% من المنشآت يتوقعون بأن هناك تحسناً كبيراً لنشاطهم خلال الستة أشهر القادمة، كما أن 38% منهم يتوقعون بأن الوضع المالي سوف يتحسن.



ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟

تحسن كبير جداً لا تغيير تدني
تحسن تدني كبير جداً

كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ 6 أشهر المقبلة؟



حجم العينة=78



4-2-3 مؤشر التوظيف لدى منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

55% منهم يرون بأن التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في المنشأة سوف يبقى على حاله خلال الستة أشهر القادمة.

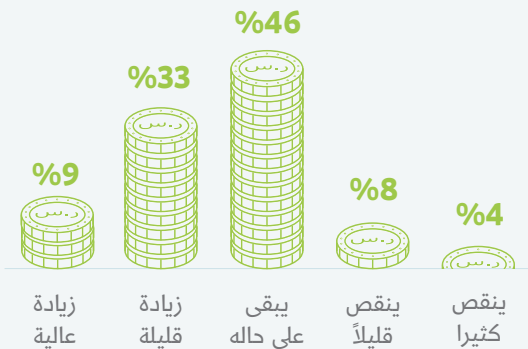
ماهو مستوى التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشآتكم خلال الستة أشهر القادمة



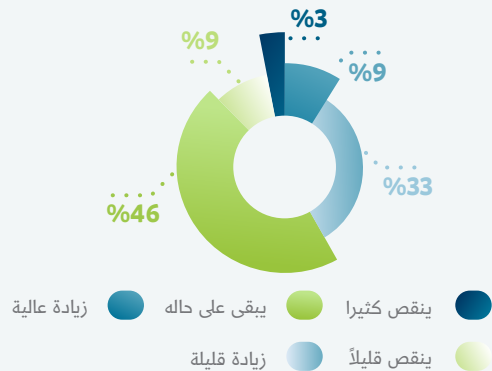
5-2-3 مؤشر التضخم في خدمات منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

46% من المنشآت يتوقعون بأن أسعار بيع المنتجات أو الخدمات وتكاليف الإنتاج ستبقى على حالها خلال الستة أشهر القادمة.

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشآتكم خلال الأشهر الـ 6 القادمة (بعيداً عن الرواتب)



كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع منتجاتكم أو خدماتكم خلال 6 الأشهر القادمة



3-2-6 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على أنشطة منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

28% من المنشآت يرون أن تأثير نظام التوطين كان إيجابياً على نشاطهم و22% يرون بأنه إيجابي جداً. 81% أفادوا بأن جائحة كورونا لها أثر وأثر سلبي على نشاطهم.



هل نشاطك التجاري مشمول بقرارات التوطين الموجهة؟

لا

نعم

إيجابي جداً	إيجابي	لا تأثير	سلبي	سلبي جداً	
2.6%	6.4%	10.3%	35.9%	44.9%	جائحة كورونا 
0%	3%	35.9%	25.6%	35.8%	نظام ضريبة القيمة المضافة 
1%	5%	51%	21%	22%	نظام الرسوم على إقامة العمالة الأجنبية 
4%	10%	46%	13%	27%	الاشتراطات التنظيمية المتعلقة بالتفتيش والغرامات 
21.8%	28.2%	39.8%	3.8%	6.4%	نظام التوطين 

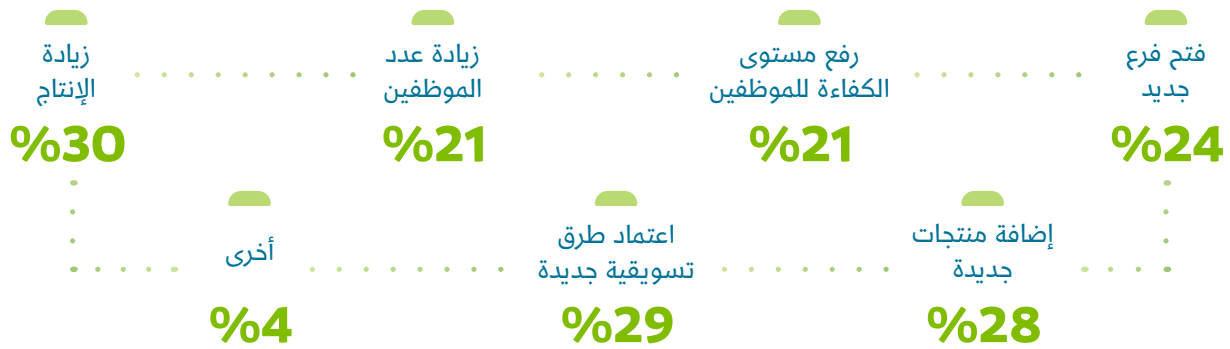
حجم العينة=78

ما تقيّمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

7-2-3 خطط تطوير الأعمال في منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

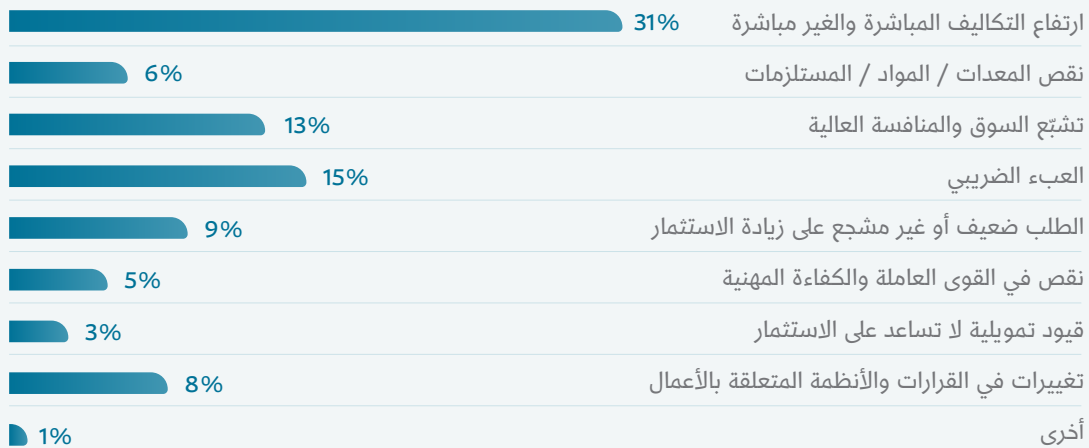


ماهي هي تلك الخطط؟



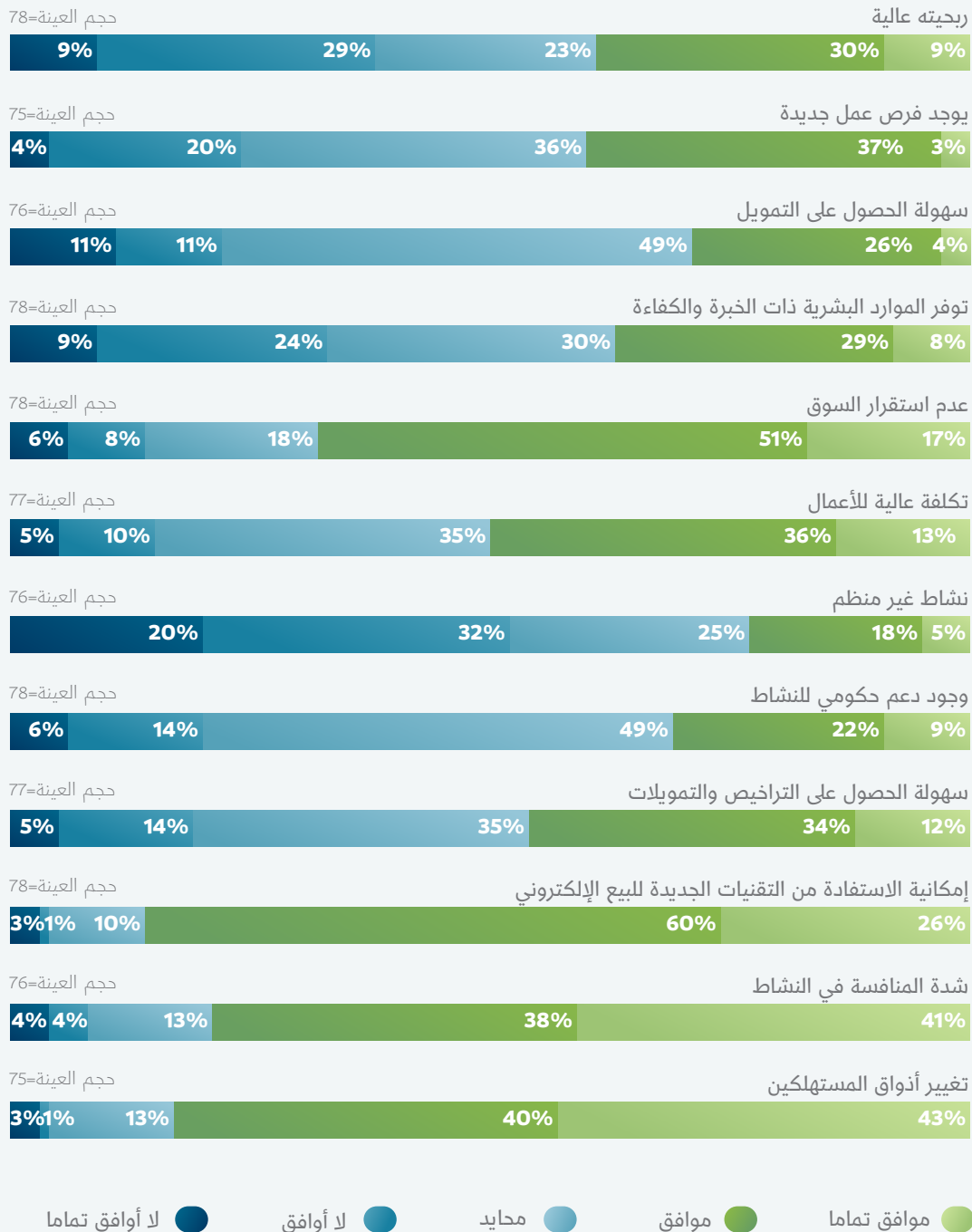
8-2-3 تحديات تطوير الأعمال في منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

ماهي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟



9-2-3 مميزات أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت

إلى أي مدى توافق على العبارات التالية تجاه نشاطك. حيث 1 لا أوافق تمامًا و 5 موافق تمامًا



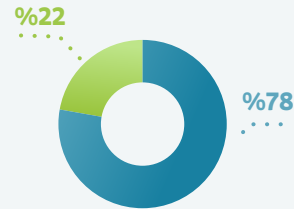
10-2-3 التوجهات الجديدة في سوق إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت



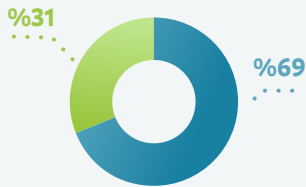
هل سبق وسمعت عن منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة؟



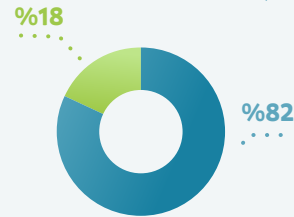
هل سبق وسمعت عن تقديم خدمات الصيانة المنزلية للأجهزة الإلكترونية. أو محل صيانة متنقل؟



هل تعتقد أن المنصة الإلكترونية الموحدة لطلبات الصيانة ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



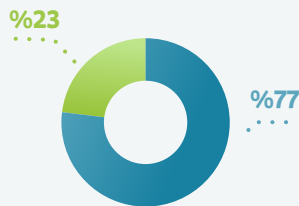
هل تعتقد أن خدمات الصيانة المنزلية للأجهزة الإلكترونية ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



لا

نعم

3-2-11 التوصيات والمقترحات لتطوير أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت



استحداث اختصاصات ذات علاقة بإصلاح وصيانة أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية في الجامعات ومراكز التعليم والتدريب المهني لتوفير يد عاملة سعودية مختصة وذات كفاءة.



توفير ما يكفي من المعلومات والإحصاءات الموثوقة المتعلقة بالحجم الحقيقي لسوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية حتى يتمكن أصحاب الأعمال والمستثمرين من بناء استراتيجياتهم وخططهم الاستثمارية على أسس صحيحة.



إعادة النظر في نظام ضريبة القيمة المضافة لما له من تأثير سلبي على أصحاب الأعمال، والتي قد تؤدي إلى العزوف عن الاستثمار.



العمل على مزيد من تنظيم هذه الأنشطة وهيكلتها للتصدي لعمليات المنافسة غير النظامية.



دعم وتشجيع أصحاب الأعمال على توظيف السعوديين لمساعدتهم على تفادي التكاليف المالية لرسوم تجديد إقامة العامل الأجنبي.



إقرار تشريعات وقوانين شغل جديدة تحت العامل على مزيد من الانضباط الوظيفي، حيث تؤكد نسبة عالية من أصحاب الأعمال على صعوبة التعامل والتصرف مع الموظفين السعوديين.



تنبيه أصحاب المنشآت قبل إصدار الغرامات و المخالفات واعتمادها فقط في حال تكرار المخالفة.

3

3-3

دراسة سوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة تتكون من 456 مستهلك لخدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية، واستقصاء آرائهم حول مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقترحاتهم في هذا المجال.

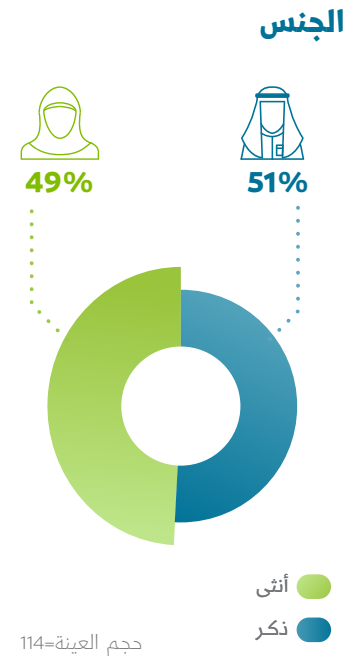
وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

3-3-1 عينة المستهلكين لخدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

كانت الفئة العمرية من 25-29 سنة هي أكثر فئة عمرية مشاركة في الدراسة يليها الفئة العمرية 20-24 سنة، و كانت النسب متقاربة للجنسين ذكور وإناث.



حجم العينة=456

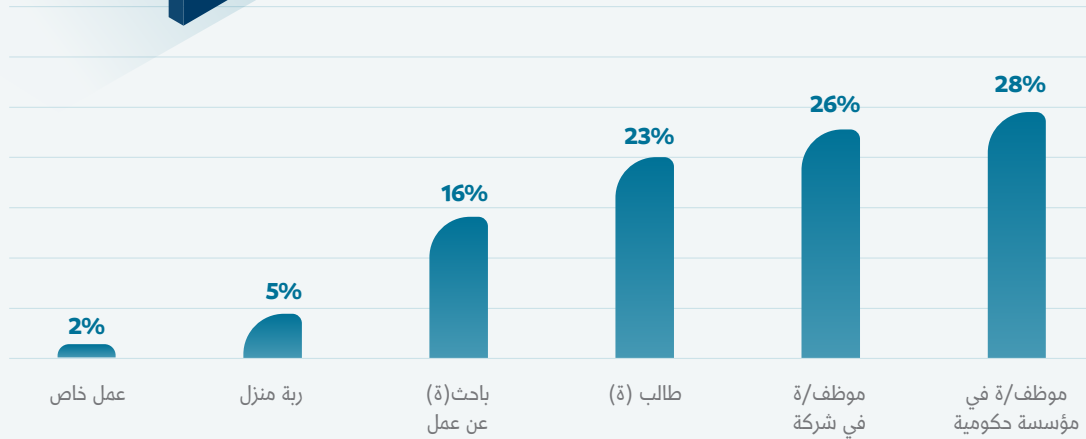


جنس المضيف، المنطقة، العمر



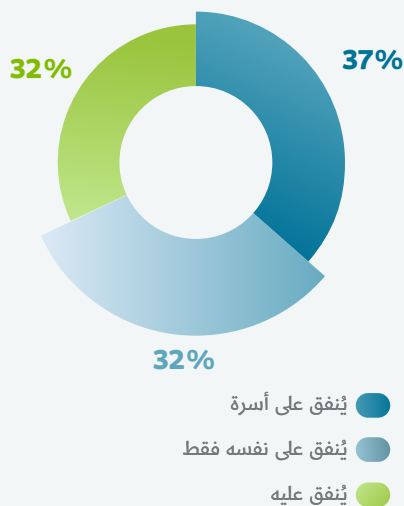
أكثر المجيبين كانوا من موظفي القطاع الحكومي وموظفي الشركات يليهم الطلاب، 34% من المجيبين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (3001-7000) ريال، وكان 37% منهم ينفق على أسرة بينما تساوت النسب للذين ينفقون على أنفسهم أو ينفق عليهم.

الحالة الوظيفية



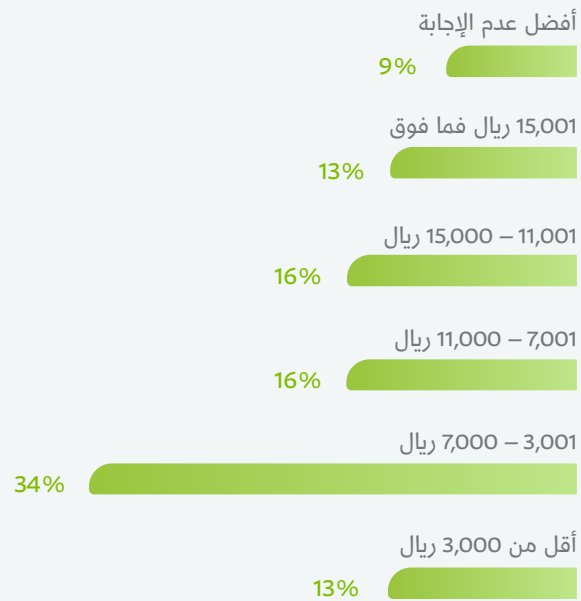
حجم العينة=342

أسلوب الإنفاق



حجم العينة=171

مستوى الدخل



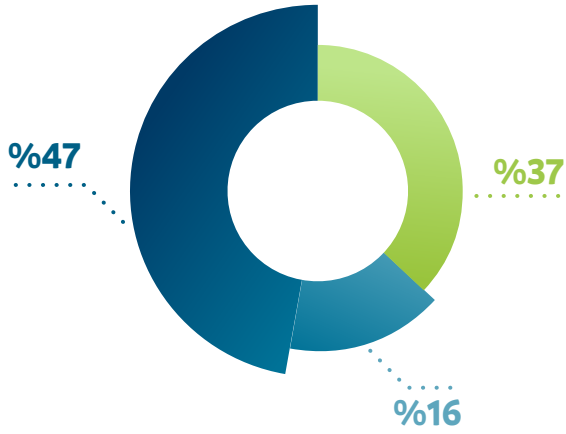
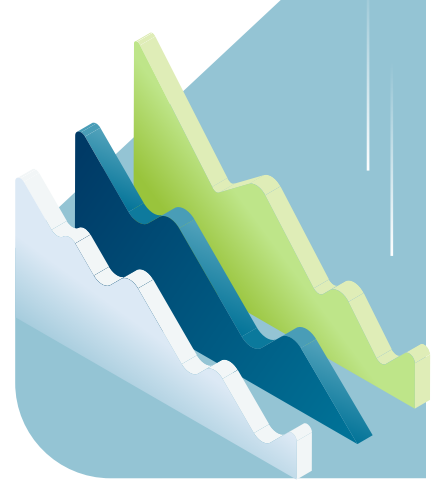
حجم العينة=192

الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

3-3-2 مستوى الطلب على خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والساعات الشخصية والمنزلية

خلال الستة أشهر الماضية 70% من المجيبين احتاجوا خدمة صيانة وإصلاح الهاتف الجوال وهذا مؤشر على أن نشاط إصلاح الهاتف الجوال يبدو محفزاً لرواد الأعمال و 45% احتاجوا لصيانة أو إصلاح الحاسب المحمول بينما 91% لم يحتاجوا لصيانة الحاسب المكتبي

أفاد 47% من المشاركين بأنهم يحتاجون لخدمة صيانة وإصلاح الحواسيب والجوالات من مرة إلى مرتين في السنة يليهم 37% لم يحددوا بل كان بحسب الحاجة

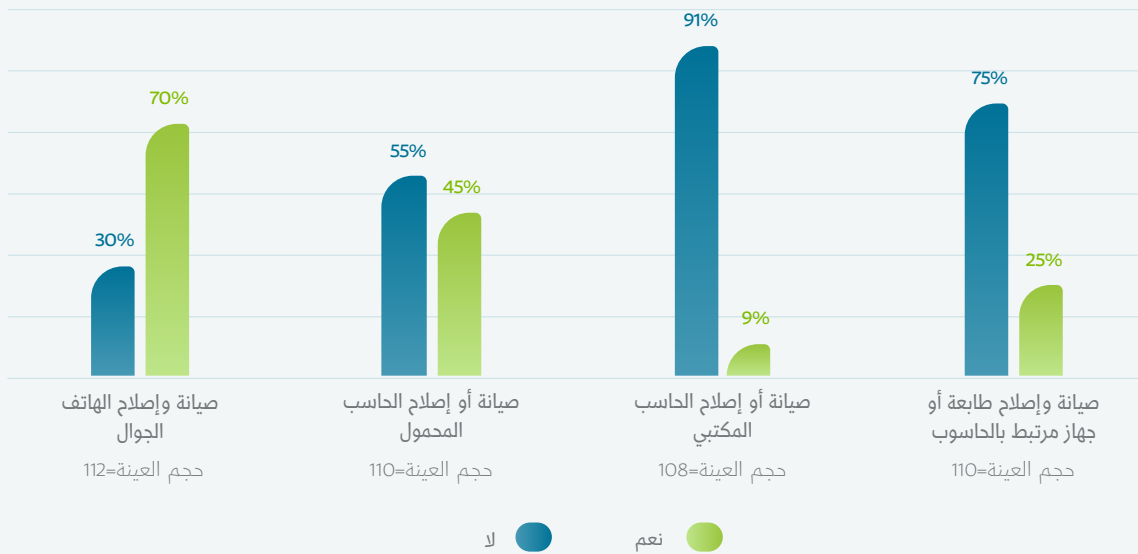


عدد مرات الاستفادة من الخدمة

● غير محدد (بحسب الحاجة) ● أقل من مرة ● مرة - مرتين

حجم العينة=171

احتياج الخدمات على مدى ستة أشهر

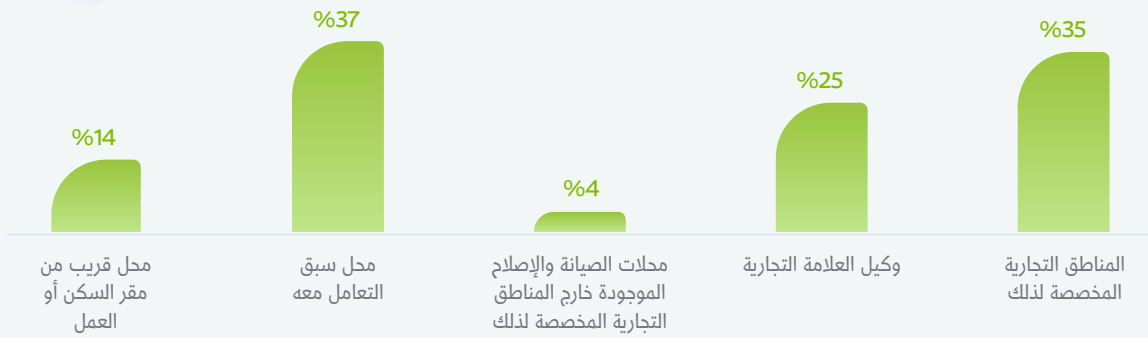


هل احتجت هذه الخدمات خلال الستة أشهر الماضية ؟
كم مرة في السنة تحتاج لخدمة صيانة وإصلاح الحواسيب والجوالات حسب التقريب؟

3-3-3 احتياجات المستهلكين لخدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

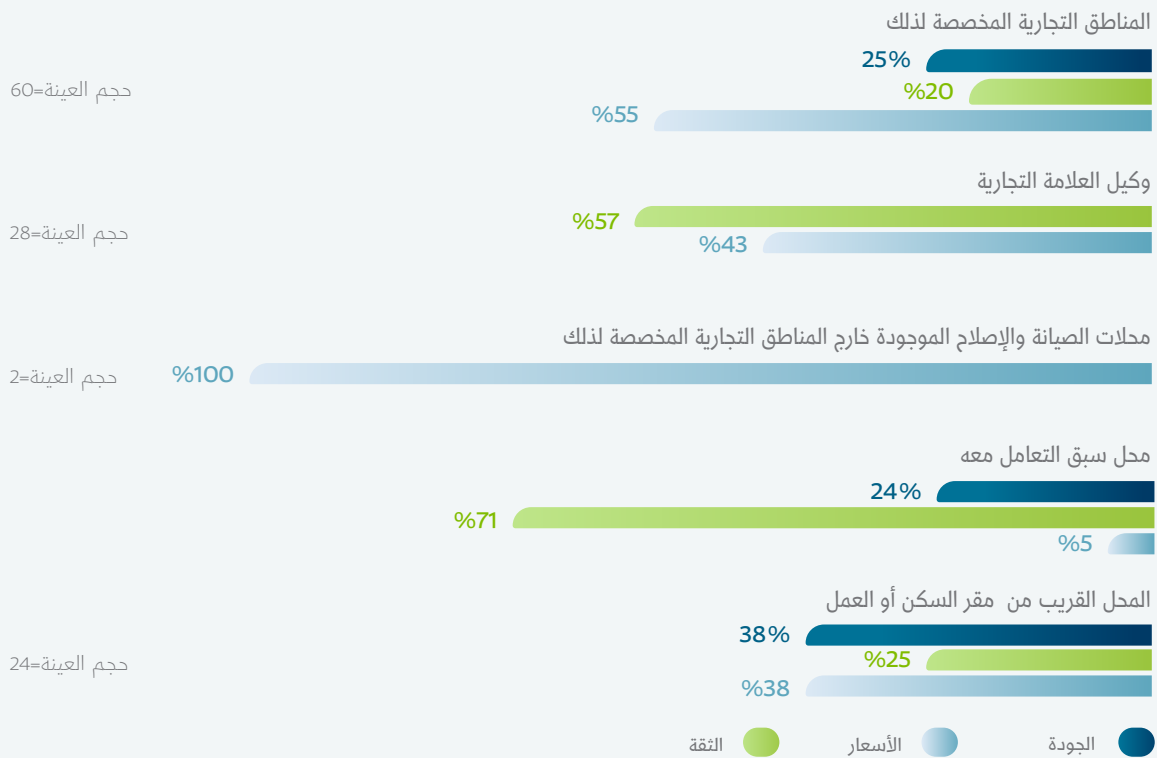
37% من المشاركين يفضلون صيانة وإصلاح أجهزة الحاسوب أو الهاتف الجوال عند المحلات التي سبق لهم التعامل معها، والأغلبية منهم (71%) أرجحوا أن سبب هذا التفضيل هو الثقة، و 35% ذكروا بأنهم يفضلون المناطق التجارية المخصصة لذلك، وأرجح النصف منهم تقريباً بأن سبب هذا التفضيل هو الأسعار.

طريقة الخدمة المفضلة



حجم العينة=285

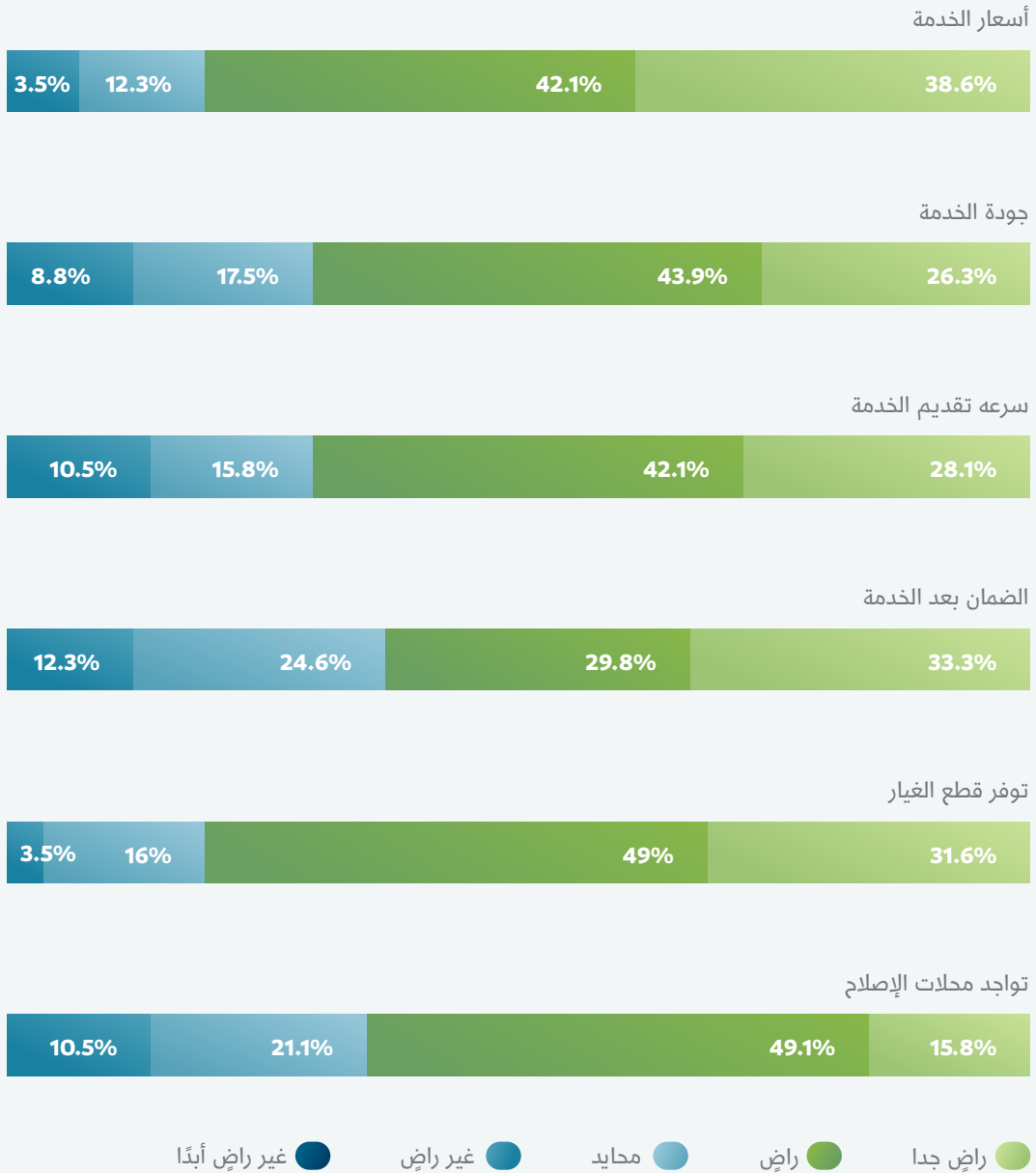
سبب التفضيل



أين تفضل صيانة وإصلاح أجهزة الحاسوب أو الهاتف الجوال ماهو السبب وراء هذا التفضيل؟

3-3-4 مستوى رضا المستهلكين على خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

81% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمة إصلاح الحواسيب والجوالات من ناحية جودة الخدمة وتواجد محلات الإصلاح، يليهم 70% كانوا راضيين عن الضمان بعد الخدمة وتوفر قطع الغيار.



حجم العينة=57

ما مدى رضاك عن خدمات صيانة وإصلاح الحواسيب والجوالات من النواحي التالية:
أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعه تقديم الخدمة، الضمان بعد الخدمة، توفر قطع
الغيار، توافر محلات الإصلاح. (1 غير راضٍ أبداً و 5 راضٍ جداً)

3-3-5 توقعات المستهلكين لمستقبل سوق خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والبيع الشخصية والمنزلية

80% يتوقعون بأن توطئن وظائف نشاط إصلاح الحواسيب والجولات سوف يساهم في تحسين الخدمات المقدمة، 79% يرون بأن هذا النشاط متجه نحو مزيد من التطور في المملكة خلال السنوات القادمة. 43% يفكرون بالاستثمار في النشاط حيث 81% منهم حددوا صيانة وإصلاح الهاتف الجوال.

موافق جدا

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق أبدا

25%

54%

16%

5%

أتوقع أن نشاط إصلاح الحواسيب والجولات متجه نحو مزيد التطور في المملكة خلال السنوات القادمة

حجم العينة=228



39%

41%

16%

4%

أتوقع أن توطئن الوظائف في هذا النشاط سيساهم في تحسين الخدمات في هذا النشاط

حجم العينة=224



11%

32%

22%

24%

11%

لو توفرت لي الفرصة والإمكانيات سأفكر بجدية في الاستثمار في نشاط صيانة وإصلاح الحواسيب والجولات

حجم العينة=185



19%

19%

24%

19%

19%

لو توفرت لي الفرصة والإمكانيات سأفكر بجدية في العمل كموظف في نشاط صيانة وإصلاح الحواسيب والجولات

حجم العينة=185



حجم العينة=32

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

صيانة وإصلاح الهاتف الجوال

81%

صيانة وإصلاح الحاسب المحمول

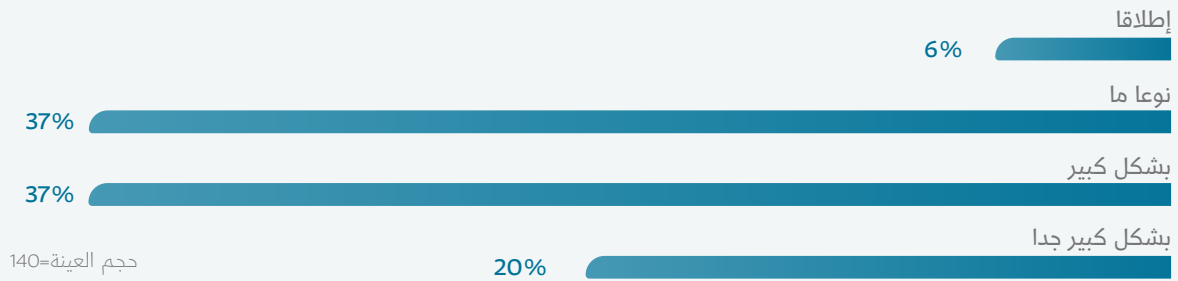
19%

ما مدى موافقتك على هذه الجمل (1 غير موافق أبدا 5 موافق جدا)

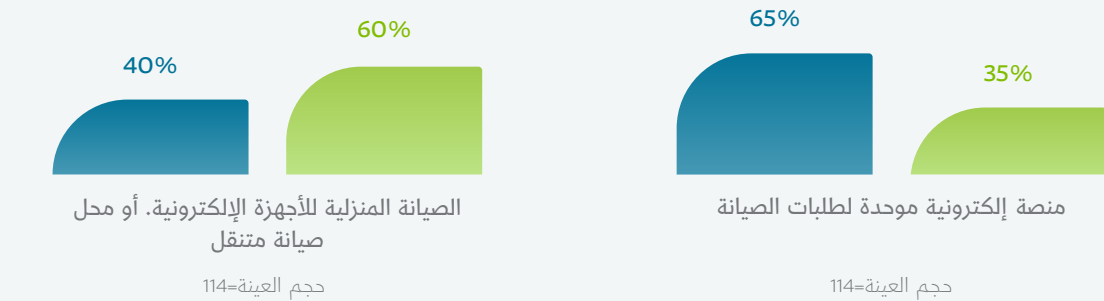
3-3-6 التوجهات الجديدة في سوق خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر المستهلكين

60% من المشاركين لديهم معرفة بخدمات الصيانة المنزلية للأجهزة الإلكترونية أو محل الصيانة المتنقل، بينما 65% لا يعلمون بوجود منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة. ويعتقد 37% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة نوعاً ما وأيضاً بشكل كبير مناسب لهم ويمكن أن يستهوهم كمستهلكين كما يعتقد 40% منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

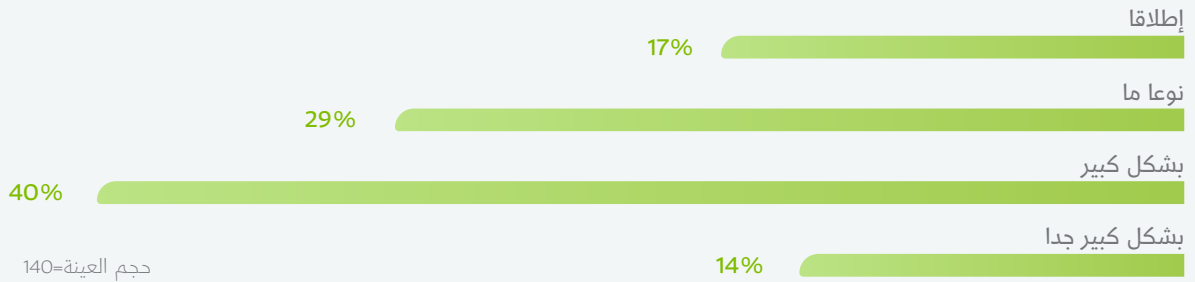
مدى ملائمة الخدمات للمستهلك



المعرفة بخدمات إصلاح الحواسيب والجوالات



مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمات إصلاح الحواسيب والجوالات :
 في حال الإجابة بنعم (هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك ويمكن أن يستهويك كمستهلك؟)
 هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

3-3-7 التوصيات والمقترحات لتطوير خدمات إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر المستهلكين

أكثر التوصيات كانت على مراقبة الأسعار يليه تطوير القطاع وكانت أقلها على وضع منصة إلكترونية وتوظيف النساء.

التوصيل للمنزل
%8

الضمان
%11

تطوير القطاع
%13

مراقبة الأسعار
%13

الجودة
%5

العروض
%5

توظيف ذو
الكفاءة
%6

المنافسة
%2

الانتشار
%3

سيارة متنقلة
لإصلاح الأجهزة
%3

توفير القطع
%3

توظيف النساء
بهذا المجال
%2

منصة إلكترونية
للخدمات
%2

الجزء الرابع

أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

4

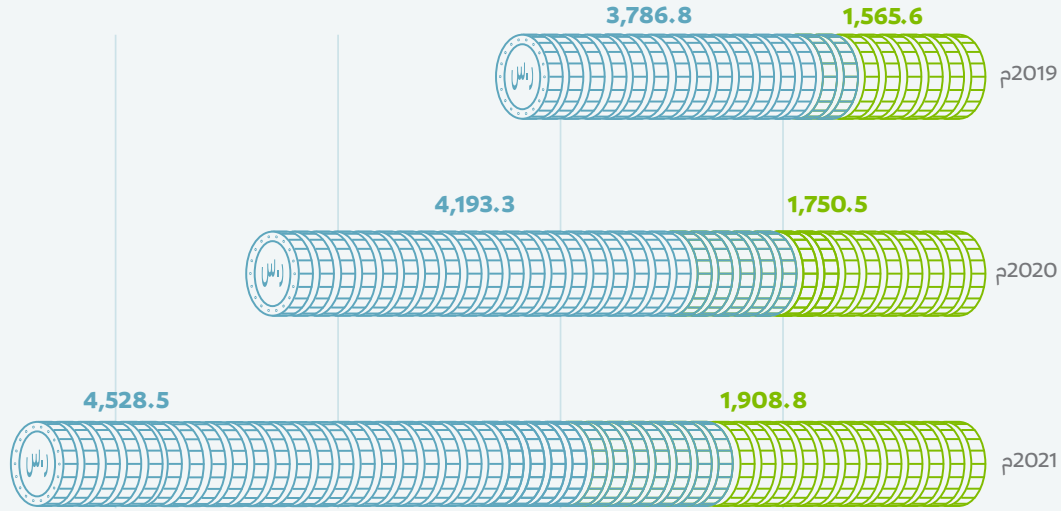
4

1-4

أداء سوق أنشطة
تصفيف الشعر وأنواع
التجميل الأخرى

4-1-1 حجم السوق السعودي للمنتجات الصحية وصالونات التجميل

حجم سوق المنتجات الصحية وصالونات التجميل في المملكة العربية السعودية (مليون ريال)



تُعدّ المملكة العربية السعودية من بين أفضل الدول التي تتوفر على منتجات صحية راقية وذات جودة عالية، يتركز الكثير منها في مدينة جدة والمنطقة الشرقية والعاصمة الرياض. وقد ساهم النمو الاقتصادي للمملكة من جهة وانفتاحها على العالم من جهة أخرى في نمو صناعة المنتجات الصحية وتزايد الطلب على خدمات السبا في الفنادق والمنتجعات الصحية، فضلاً عن توفر العلامات التجارية الدولية، والسلاسل الفندقية العالمية، التي أدت إلى تعزيز عروض العلاج في مجموعة متنوعة من الأسعار. ممّا رفع حجم المعاملات في هذه المنتجات الصحية إلى 1,908.8 مليون ريال في عام 2021م، محققة نسبة نموّ سنويّة بلغت 10.4% خلال الفترة 2019م-2021م.

على غرار سوق المنتجات الصحية، شهد السوق السعودي لصالونات التجميل تطوراً ملحوظاً خلال السنوات القليلة الماضية، وفي عام 2021م، بلغ حجمه ما يقارب مرتين ونصف حجم سوق المنتجات الصحية. وتعتبر صناعة التجميل في المملكة مزدهرة، مدفوعة بالدخل المتاح المرتفع للفرد السعودي، والوعي المتزايد بالعناية الشخصية، والحضور الكبير للعلامات التجارية لمستحضرات التجميل العالمية، وتوسع مشهد البيع بالتجزئة باستمرار.

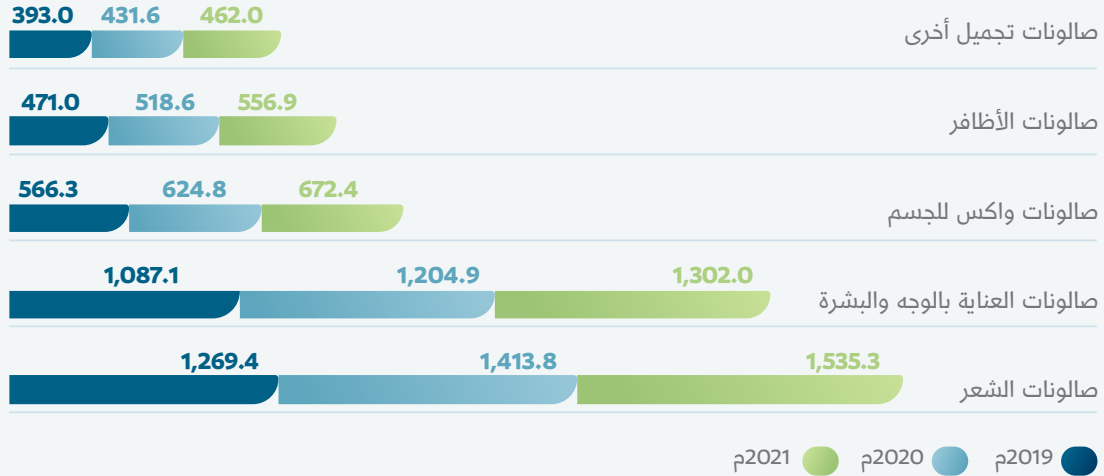
وبعد ما شهدته المملكة من تطورات اجتماعية وثقافية في اتجاه تمكين المرأة السعودية وتحسين دخلها من خلال دخولها لجميع مجالات العمل، بدأ سوق مستحضرات وصالونات التجميل في المملكة يتجه نحو التوسع، وهو ما جعل صناعة الصحة والجمال العالمية حريصة على الاستفادة من إمكانات السوق السعودية الكبيرة.

المصدر:

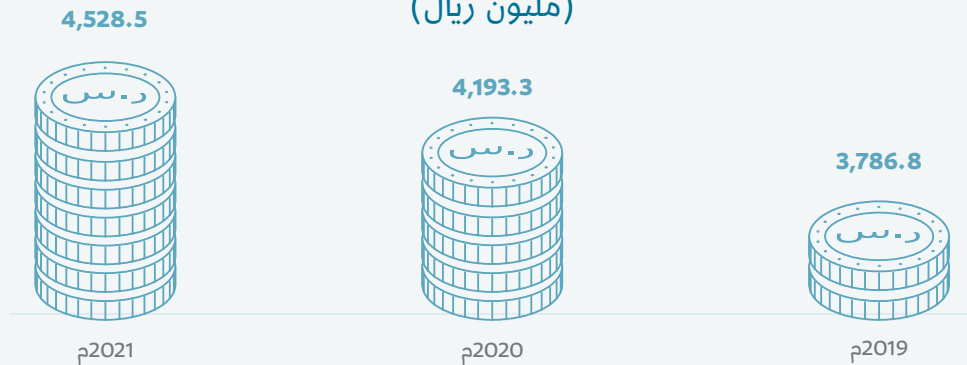
Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to 2025
<https://www.researchandmarkets.com/reports/4988205/saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market>

2-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات التجميل

حجم سوق المنتجات الصحية وصالونات التجميل في المملكة العربية السعودية (مليون ريال)



حجم السوق السعودي لصالونات التجميل (مليون ريال)



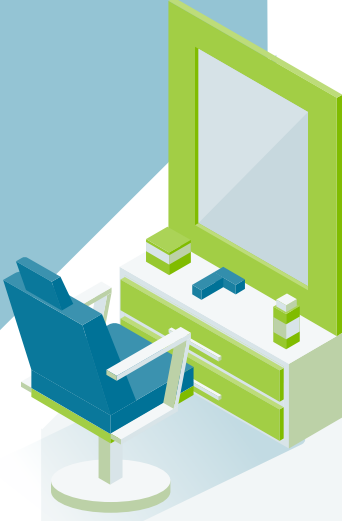
نما حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات التجميل بمعدل سنوي قدره 9.35% خلال العامين الأخيرين ليبلغ 4,528.5 مليون ريال في عام 2021م.

وتقدم هذه الصالونات مجموعة متنوعة من الخدمات مثل خدمات العناية بالوجه والبشرة، خدمات العناية بالشعر، إزالة الشعر بالشمع وكذلك خدمات العناية بالأظافر، إلخ، وقد أدت العديد من العوامل المجتمعية والثقافية والسياحية التي أصبحت تتميز بها المملكة في السنوات الأخيرة إلى زيادة الطلب على خدمات صالونات التجميل خاصة منها النسائية.

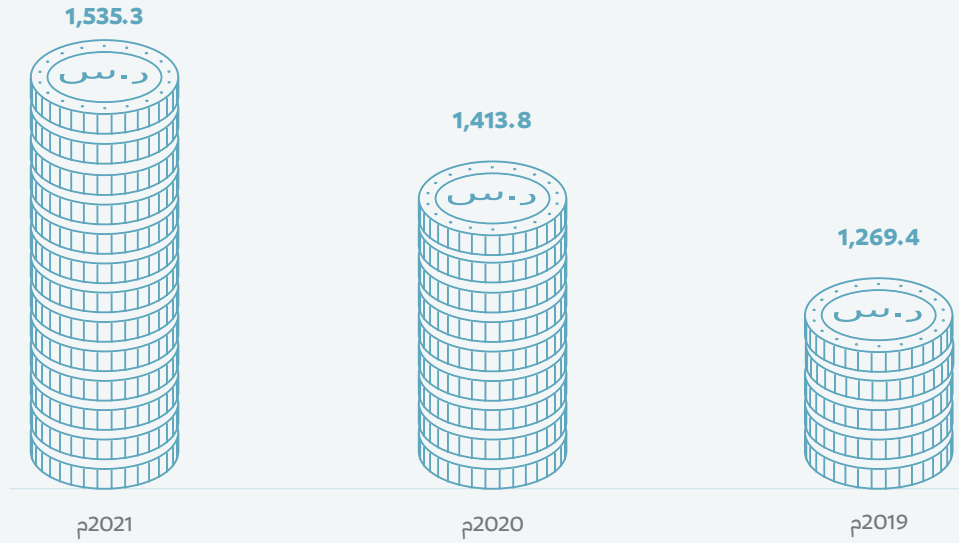
ومع تمكين المرأة السعودية ودخولها جميع مجالات العمل وحصولها على المراكز القيادية والمناصب العليا، بدأت المدن الكبرى كالرياض وجدة ومكة المكرمة والدمام، إلخ، تشهد نمواً واضحاً في عدد صالونات التجميل النسائية، ومن المتوقع أيضاً أن يواصل هذا النشاط في استقطاب المزيد من المستثمرين ورواد الأعمال في مجالات التجميل والعناية الشخصية.

المصدر: 2025 Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to
saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/https://www.researchandmarkets.com/reports

3-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالشعر



حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالشعر (مليون ريال)



حقق نشاط صالونات العناية بالشعر أعلى الإيرادات في السوق السعودي لصالونات التجميل بـ 1,535.3 مليون ريال، أي ما يعادل 34% من حجم السوق ككل.

تحتل صالونات تصفيف الشعر الحصة السوقية القصوى بين أعمال صالونات التجميل، وتستفيد خدمات العناية بالشعر في الغالب من ثقافة العناية الشخصية المحلية القوية بين الرجال والنساء على حد سواء.

وفي السنوات الأخيرة، زاد عدد صالونات تصفيف الشعر في المملكة بشكل كبير، سواء منها الصالونات التقليدية الصغيرة التي تتوزع في جميع أحياء المدن السعودية أو كذلك الصالونات العصرية التي تنتمي إلى شركات وعلامات تجارية عالمية معروفة.

ما زال الطلب على خدمات صالونات تصفيف الشعر ذات الجودة العالمية مرتفعاً، وسيكون للعدد المتزايد من النساء في القوى العاملة في المملكة العربية السعودية تأثير إيجابي على صناعة الصالونات النسائية لتصفيف الشعر والعناية به، ممّا يفتح آفاقاً جديدة لشركات استثمارية مع هذه العلامات التجارية العالمية الوافدة إلى المملكة.

المصدر: 2025 Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to
[saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/https://www.researchandmarkets.com/reports](https://www.researchandmarkets.com/reports/saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/)

4-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالوجه والبشرة



حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالوجه والبشرة (مليون ريال)



تتمتع صالونات العناية بالوجه والبشرة السعودية بقدرة تنافسية عالية، مع وجود قوي للعلامات التجارية العالمية في السوق، وهذا ما جعل حجم المعاملات فيه يتطور بنسبة 9.44% خلال السنتين الأخيرتين ليصل إلى 1,302 مليون ريال في عام 2021م. ويُعدّ النشاط الثاني من حيث الأهمية الاقتصادية في سوق خدمات التجميل عامة.

عدة عوامل تساهم في تعزيز الطلب على الصالونات التي تقدم خدمات العناية بالوجه والبشرة، منها زيادة الوعي الذاتي لدى عدد كبير من السعوديين والسعوديات بأهمية العناية الشخصية ومكافحة علامات الشيخوخة.

وقد ساهم التوسع الكبير في استخدام الإنترنت من طرف كبار السن واطلاعهم على تفاصيل الخدمات التي تقدمها هذه الصالونات وجودتها وأسعارها، في ارتفاع الطلب على صالونات العناية بالوجه والبشرة.

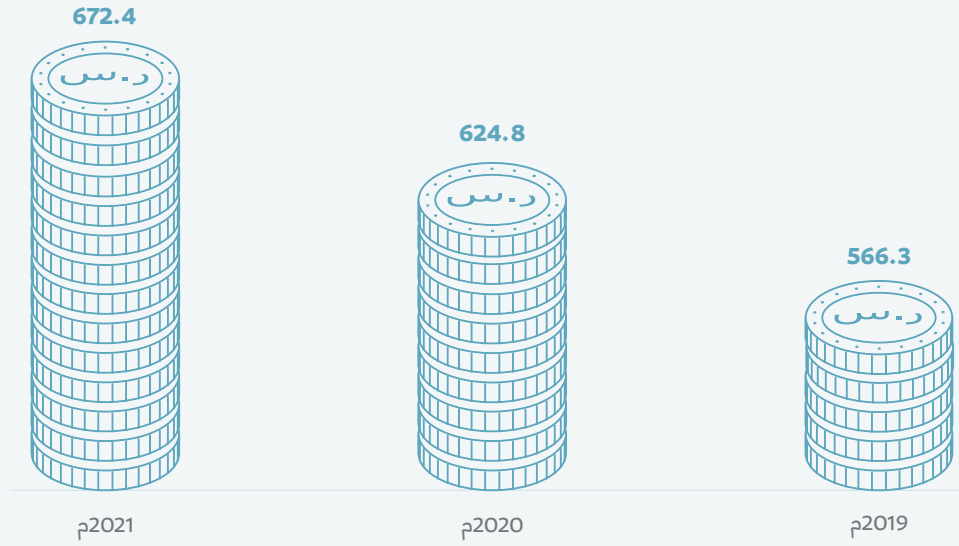
أسعار هذه الخدمات لا تزال عالية نسبياً خاصة مع تركز كبير للعلامات التجارية العالمية للعناية بالبشرة التي تجد في المملكة العربية السعودية سوقاً رئيسياً للجمال في الشرق الأوسط. ولكن الأسعار المرتفعة للخدمات التي تقدمها هذه الشركات العالمية، من شأنها أن تفتح المجال لدخول منافسين محليين جدد لأن هامش الربح في هذا النشاط لا يزال عالياً بالرغم من السياسات الترويجية والخصومات المكثفة التي يعتمدها اللاعبون الكبار في المجال لاحتكار السوق.

المصدر: 2025 Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to
[saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/https://www.researchandmarkets.com/reports](https://www.researchandmarkets.com/reports/saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/)

4-1-5 حجم السوق السعودي لصالونات واكس للجسم



حجم السوق السعودي لصالونات واكس للجسم (مليون ريال)



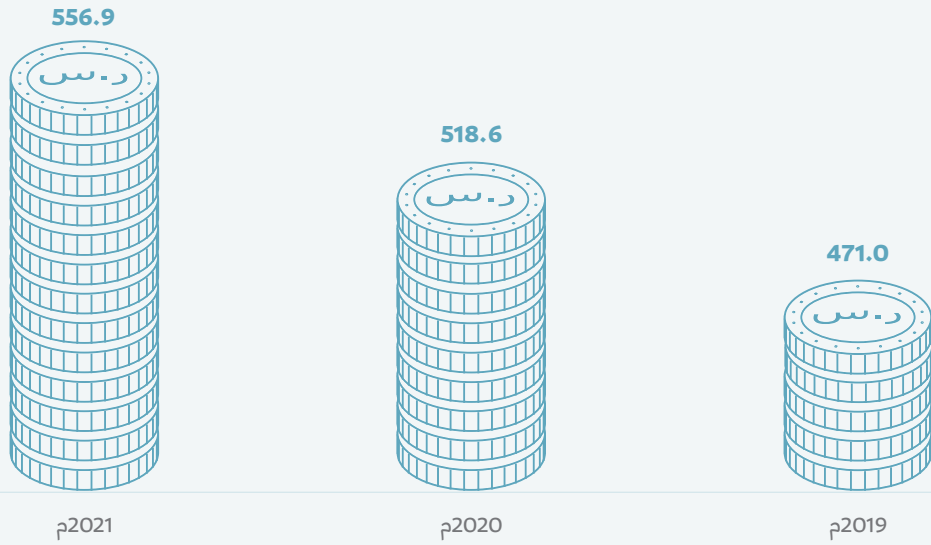
تعتبر صالونات إزالة الشعر بالشمع من الأعمال ذات هامش الربح المرتفع ونفقاتها العامة المنخفضة مما يجعلها واحدة من أكثر الخدمات ربحية في مجال العناية الشخصية.

في عام 2021م، بلغ حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات واكس للجسم 672.4 مليون ريال، بعد تحقيقه لنسبة نمو سنوية بـ 8.96% للسنتين الأخيرتين. وهو بذلك يحتل المرتبة الثالثة من حيث حجم المعاملات في سوق خدمات التجميل والعناية الشخصية بنسبة 14.8%.

لطالما سيطر العمال الوافدون على هذا النشاط في المملكة، ولكن في السنوات الأخيرة، سعى عدد متزايد من خبراء التجميل ومصوفي الشعر السعوديين إلى الحصول على حصة أكبر في هذه السوق. والطلب على هذا النوع من الخدمات مرشح للارتفاع خاصة مع زيادة الدخل المتاح لعدد كبير من النساء اللاتي دخلن سوق العمل، وهو ما سيجعل العديد من رواد الأعمال السعوديين يهتمون أكثر فأكثر بالاستثمار في هذا النشاط الواعد.

4-1-6 حجم السوق السعودي لصالونات العناية وتجميل الأظافر

حجم السوق السعودي لصالونات العناية وتجميل الأظافر (مليون ريال)



تتمتع المرأة السعودية منذ فترة طويلة بسمعة طيبة في مجال العناية الشخصية، وقطاع صالون الأظافر يلحق باتجاهات العناية الشخصية المتطورة.

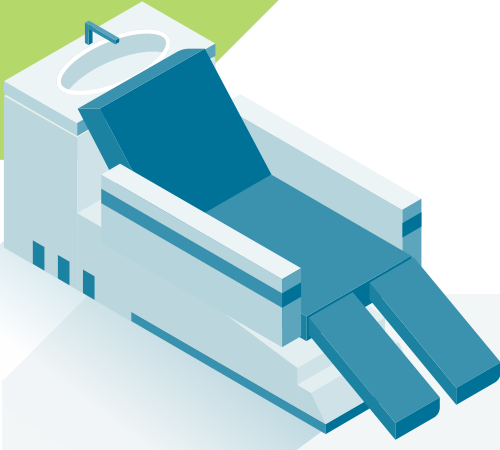
في عام 2021م، بلغ حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات العناية وتجميل الأظافر 556.9 مليون ريال، بعد تحقيقه لنسبة نمو سنوية بـ 8.73% للسنتين الأخيرتين.

بالمقارنة مع خدمات الصالون الاحترافية الأخرى، يحتل هذا النشاط المرتبة الرابعة من حيث حجم المعاملات في سوق خدمات التجميل والعناية الشخصية بنسبة 12.3%.

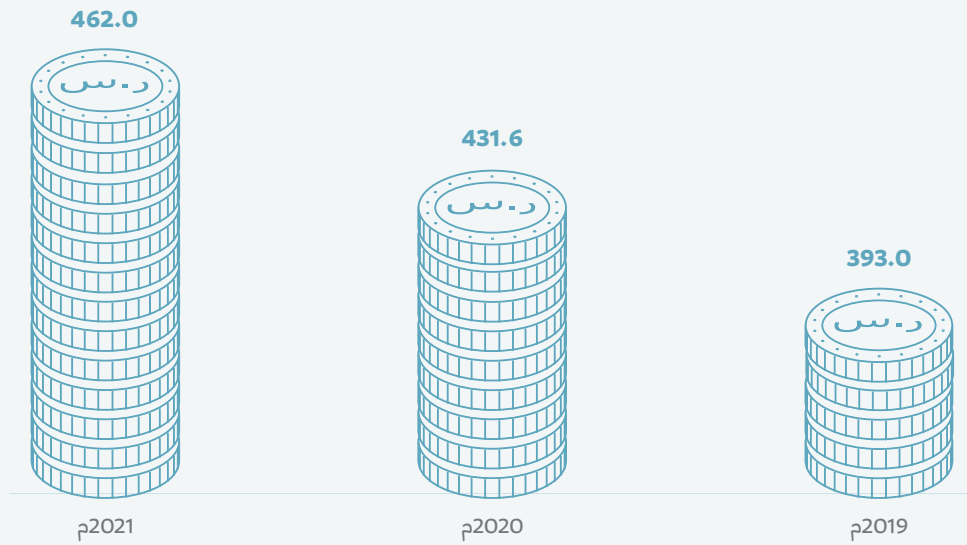
كما يتوقع أن تستمر صالونات العناية بالأظافر في التوسع بسبب الارتفاع المنتظر في مستوى الطلب على هذه الخدمات من قبل جميع الفئات العمرية للنساء السعوديات، خاصة مع زيادة دخلهن المتاح واستقلايتهن على مستوى الإنفاق في الخدمات التجميلية وتوفر العديد من التقنيات والمواد والخيارات الجديدة التي تساهم في خفض أسعار خدمات العناية بالأظافر.

المصدر: 2025 Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to
[saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/https://www.researchandmarkets.com/reports](https://www.researchandmarkets.com/reports/saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/)

7-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى



حجم السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى (مليون ريال)



تشمل الأنواع الأخرى من صالونات التجميل بشكل رئيسي صالونات التسمير وصالونات العناية بالأسنان، إلخ.

هذه الأنواع من خدمات التجميل ستكون مدفوعة بالتقدم التقني وزيادة الإنفاق الإعلاني والعولمة المتنامية في المملكة العربية السعودية، وزيادة الوعي بالعناية الشخصية والجمال.

في عام 2021م، بلغ حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى 462 مليون ريال، بعد تحقيقه لنسبة نمو سنوية بـ 8.42% للسنتين الأخيرتين. وهو بذلك يمثل 10.2% من إجمالي حجم المعاملات في سوق خدمات التجميل والعناية الشخصية ككل.

4

2-4

دراسة سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 187 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في مجالات تصفيف الشعر والتجميل والعناية بالوجه للرجال والنساء والأطفال، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطلعات التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

4-2-1 خصائص عينة منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

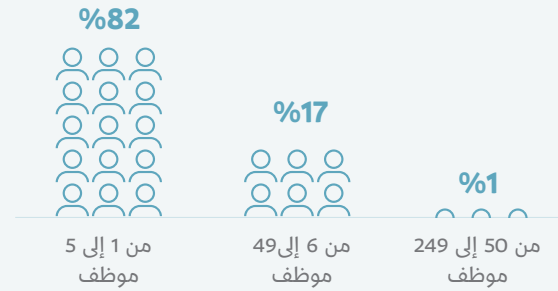


حجم العينة=187

حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



حجم العينة=187

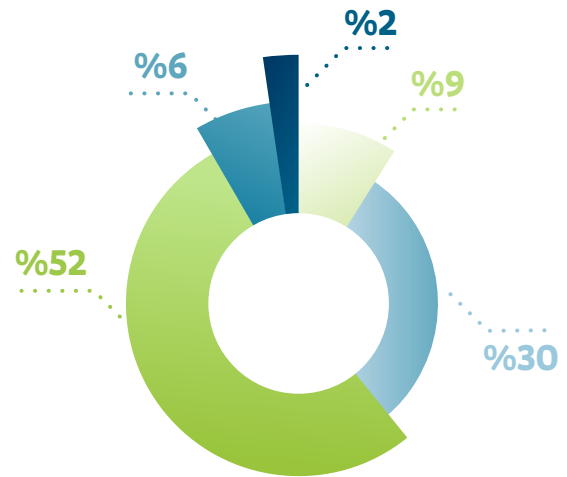


حجم العينة=187

2-2-4 مؤشر النمو لدى منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى



كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



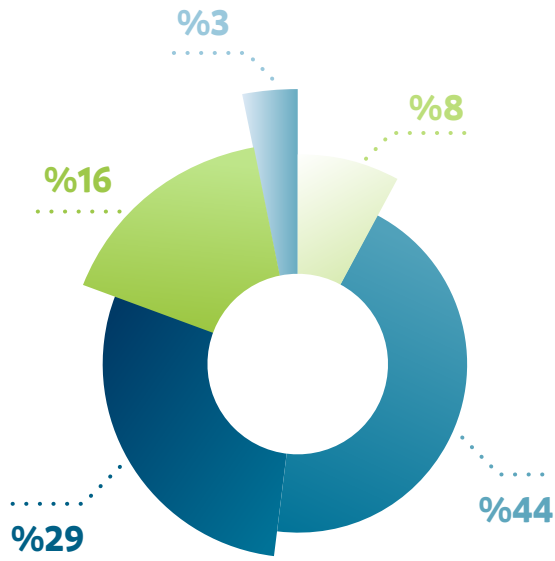
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



= حجم العينة

4-2-3 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

44% من المنشآت يتوقعون بأن هناك تحسن كبير لنشاطهم خلال الستة أشهر القادمة، كما أن 46% منهم يتوقعون بأن الوضع المالي سوف يتحسن.



التوقعات على وضع النشاط خلال ستة أشهر القادمة

● تحسن كبير جداً ● لا تغيير ● تدني
● تحسن ● تدني كبير جداً

كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ 6 أشهر المقبلة؟



ماهو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟ كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ 6 أشهر المقبلة ؟

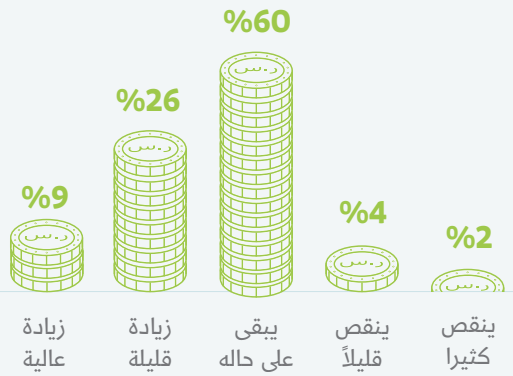
حجم العينة=187



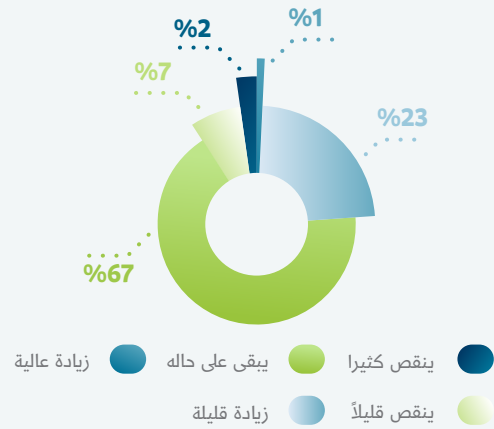
4-2-4 مؤشر التضخم في خدمات منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

أكثر من 60% من المنشآت يتوقعون بأن أسعار بيع المنتجات أو الخدمات وتكاليف الإنتاج ستبقى على حالها خلال الستة أشهر القادمة، كما أن 60% منهم يرون بأن التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في المنشأة سوف يبقى على حاله خلال الستة أشهر القادمة.

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة (بعيداً عن الرواتب)



كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع منتجاتك أو خدماتك خلال 6 الأشهر القادمة



5-2-4 مؤشر التوظيف لدى منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

ما هو مستوى التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشأتك خلال الستة أشهر القادمة



4-2-6 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

82% من المنشآت المشاركة نشاطهم التجاري غير مشمول بقرارات التوطين الموجه، 38% يرون بأن انضباط الموظفين السعوديين له تأثير قوي جداً على التزامهم بتطبيق قرارات التوطين الموجه. فيما كان 35% يرون بأن نقص الموظفين السعوديين المؤهلين له تأثير قوي على التزامهم بتطبيق قرارات التوطين الموجه



هل نشاطك التجاري مشمول بقرارات التوطين الموجه؟

لا

نعم

سليم جداً	سليم	لا تأثير	إيجابي	إيجابي جداً	
83%	11%	6%	1%	0%	جائحة كورونا
34%	30%	35%	1%	0%	نظام ضريبة القيمة المضافة
36%	28%	33%	2%	1%	نظام الرسوم على إقامة العمالة الأجنبية
24%	19%	42%	13%	2%	الاشتراطات التنظيمية المتعلقة بالتفتيش والغرامات
64%	11%	64%	11%	9%	نظام التوطين

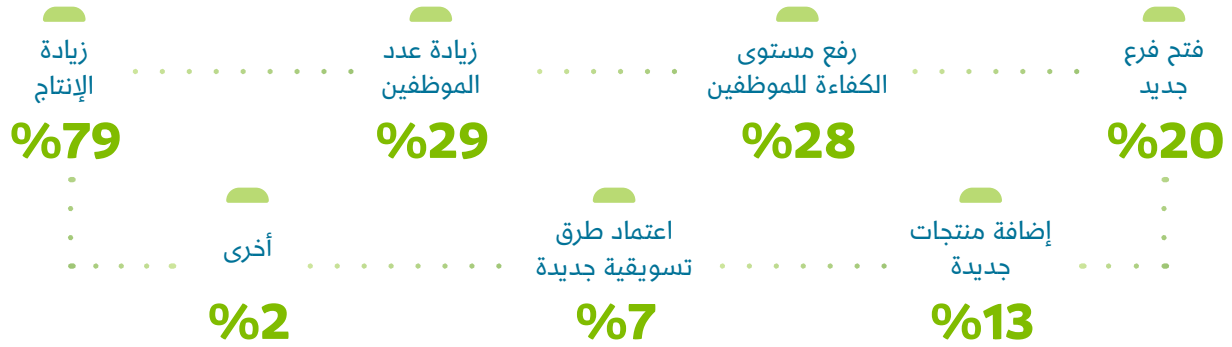
حجم العينة=78

ما تقيّمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

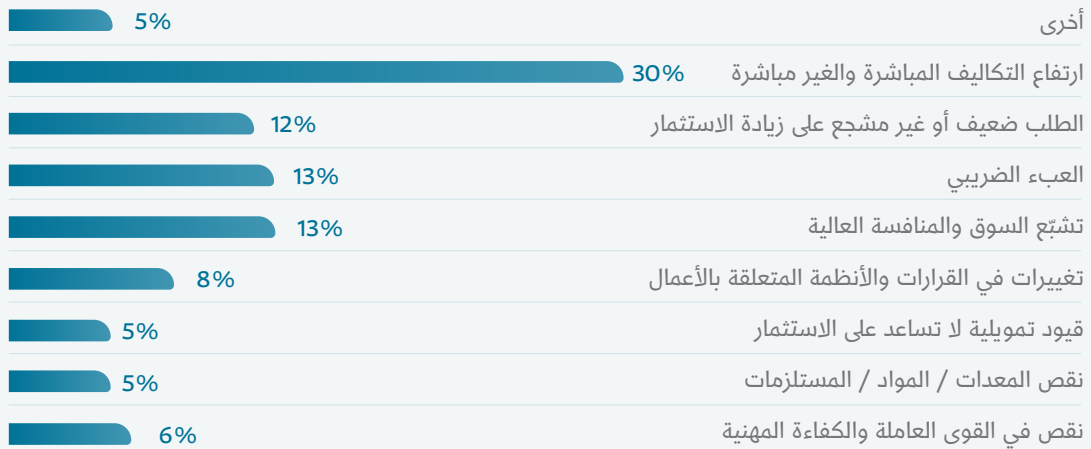
4-2-7 خطط تطوير الأعمال لدى منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى



ماهي هي تلك الخطط؟

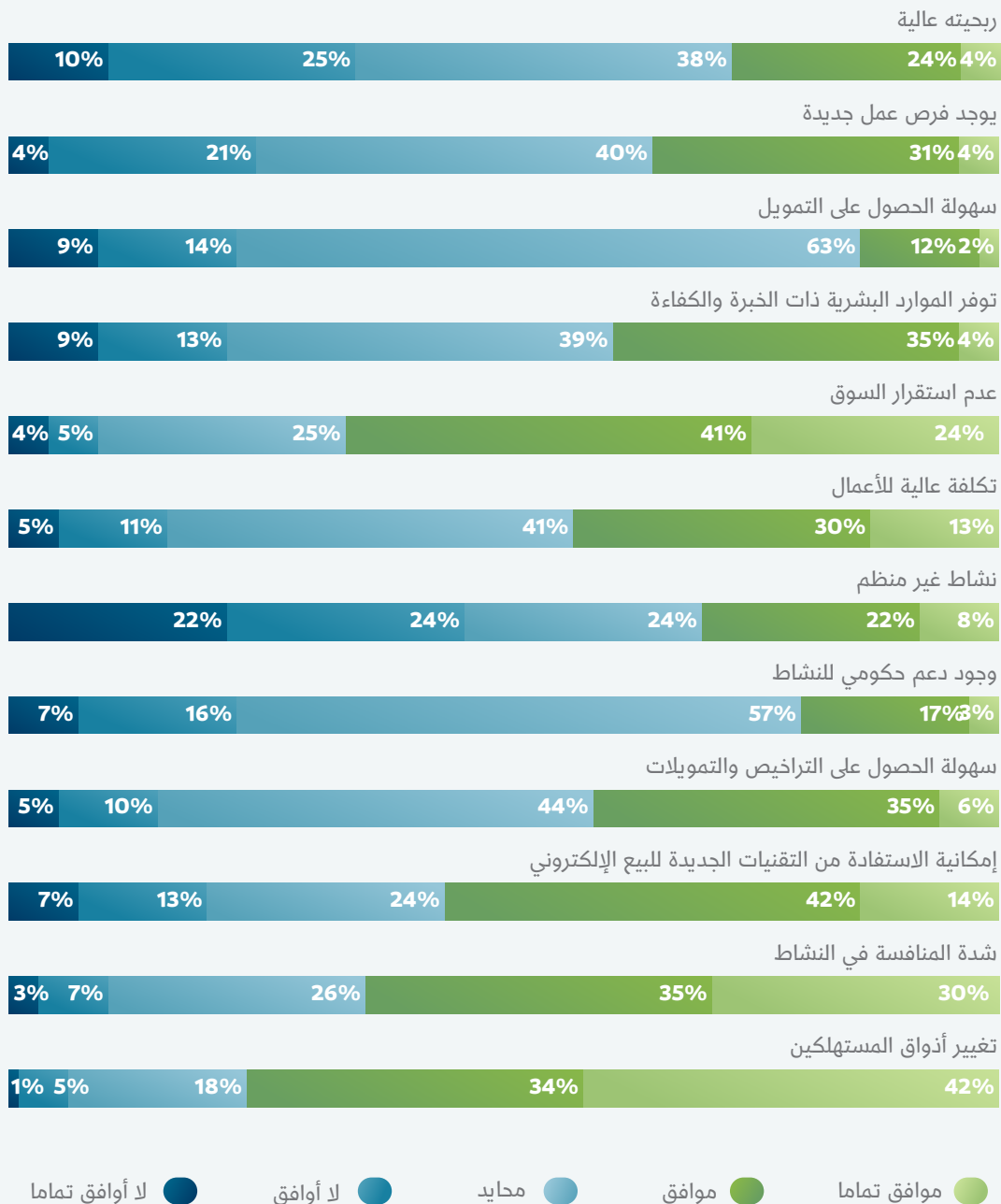


ماهي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟



8-2-4 مميزات أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر أصحاب المنشآت

إلى أي مدى توافق على العبارات التالية تجاه نشاطك. حيث 1 لا أوافق تمامًا و 5 موافق تمامًا

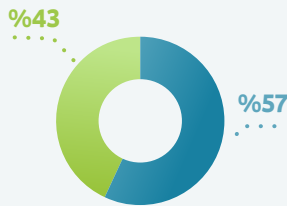


9-2-4 التوجهات الجديدة في سوق تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر أصحاب المنشآت

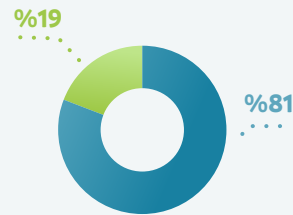
تطوير الأعمال لنشاط الصالونات والمشغل



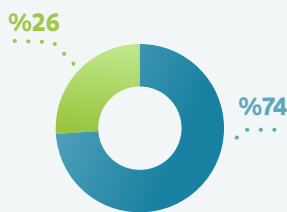
هل سبق وسمعت عن برامج الولاء (جمع نقاط للحصول على خدمات أو منتجات مجانية)



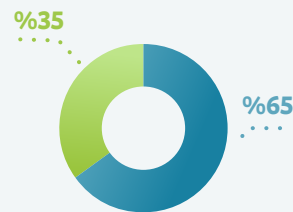
هل سبق وسمعت عن تقديم خدمات منزلية لكافة خدمات الصالونات والحلاقين



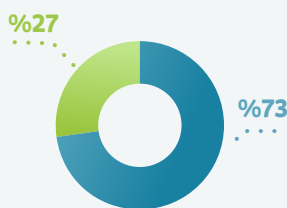
هل تعتقد أن برامج الولاء ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



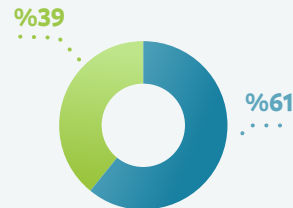
هل تعتقد أن فكرة تقديم خدمات منزلية لكافة خدمات الصالونات والحلاقين ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



لا نعم

4

3-4

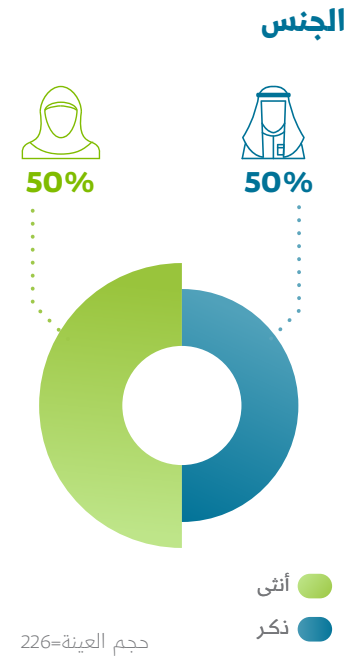
دراسة سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 1,017 مستهلك لخدمات تصفيف الشعر والتجميل من الجنسين، واستقصاء آرائهم حول مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقترحاتهم في هذا المجال.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

4-3-1 خصائص عينة المستهلكين لخدمات تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

كانت الفئة العمرية من 25-29 سنة هي أكثر فئة عمرية مشاركة في الدراسة يليها الفئة العمرية 20-24 سنة، وكانت النسب متساوية للجنسين ذكوراً وإناثاً.

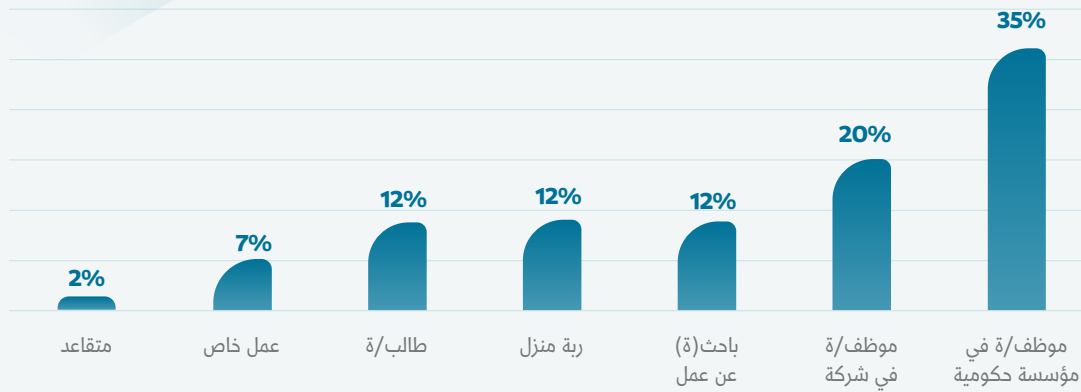


جنس المضيف، المنطقة، العمر



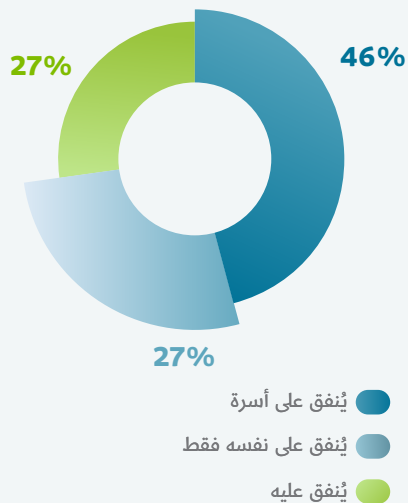
أكثر المجيبين كانوا من موظفي القطاع الحكومي وموظفي الشركات و 36% من المجيبين يتراوح مستوى دخلهم بين (3001-7000) ريال، وكانت نسبة الذين ينفقون على أسرة 46%.

الحالة الوظيفية



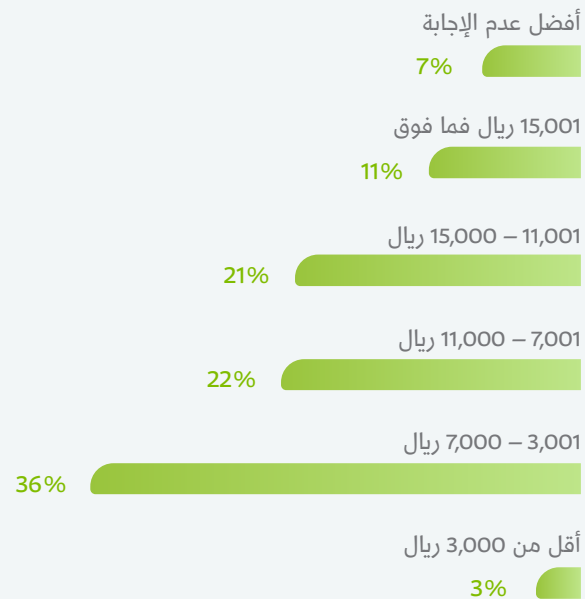
حجم العينة=791

أسلوب الإنفاق



حجم العينة=339

مستوى الدخل

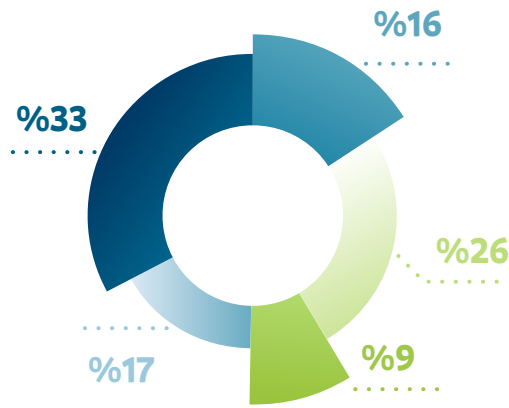
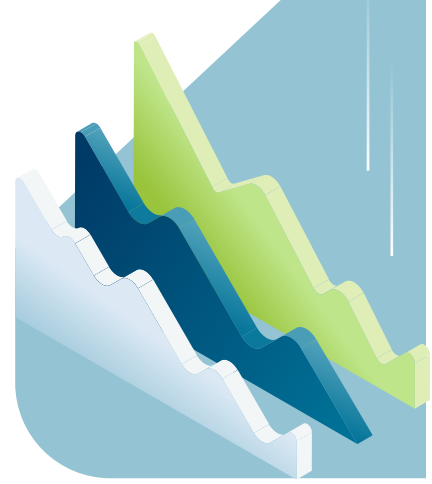


حجم العينة=432

الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

4-3-2 مستوى الطلب على خدمات تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

قبل شهر من عمل الاستبيان تساوت نسب احتياج المشاركين لكل من الحلاق الرجالي والصالون النسائي 48%، بينما أفاد 68% منهم بأنهم لم يحتاجوا لخدمة حلاق الأطفال، 33% من المشاركين احتاجوا الخدمة من مرة إلى مرتين في الشهر يليهم 26% من مرتين إلى 4 مرات بالشهر.



حجم العينة=565

عدد مرات الاستفادة من الخدمة شهرياً

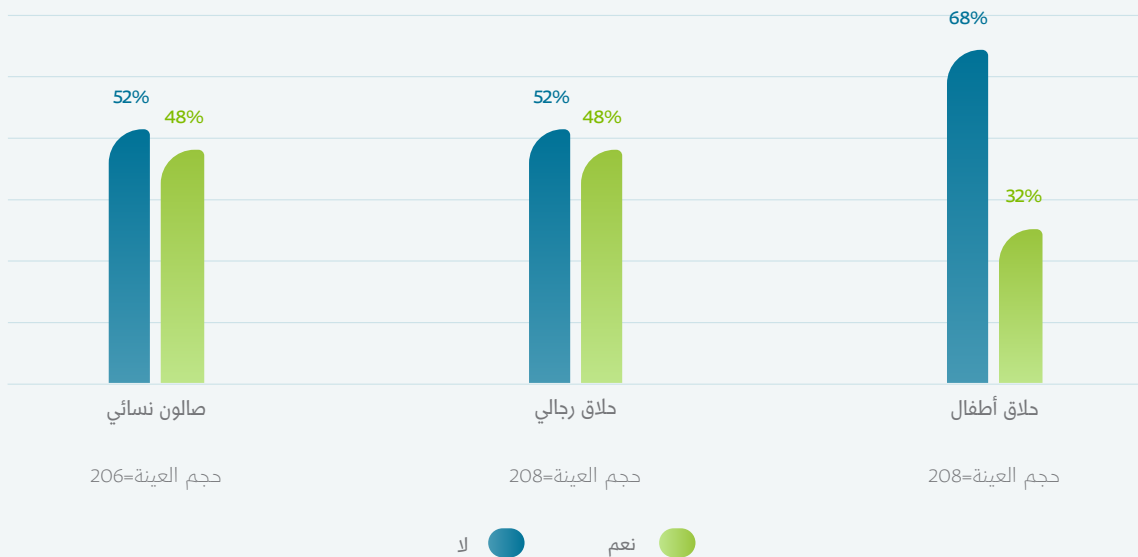
من 4 إلى 8 مرات

مرة - مرتين

مرتين - 4 مرات

غير محدد (بحسب الحاجة) أقل من مرة

احتياج الخدمات خلال شهر



حجم العينة=206

حجم العينة=208

حجم العينة=208

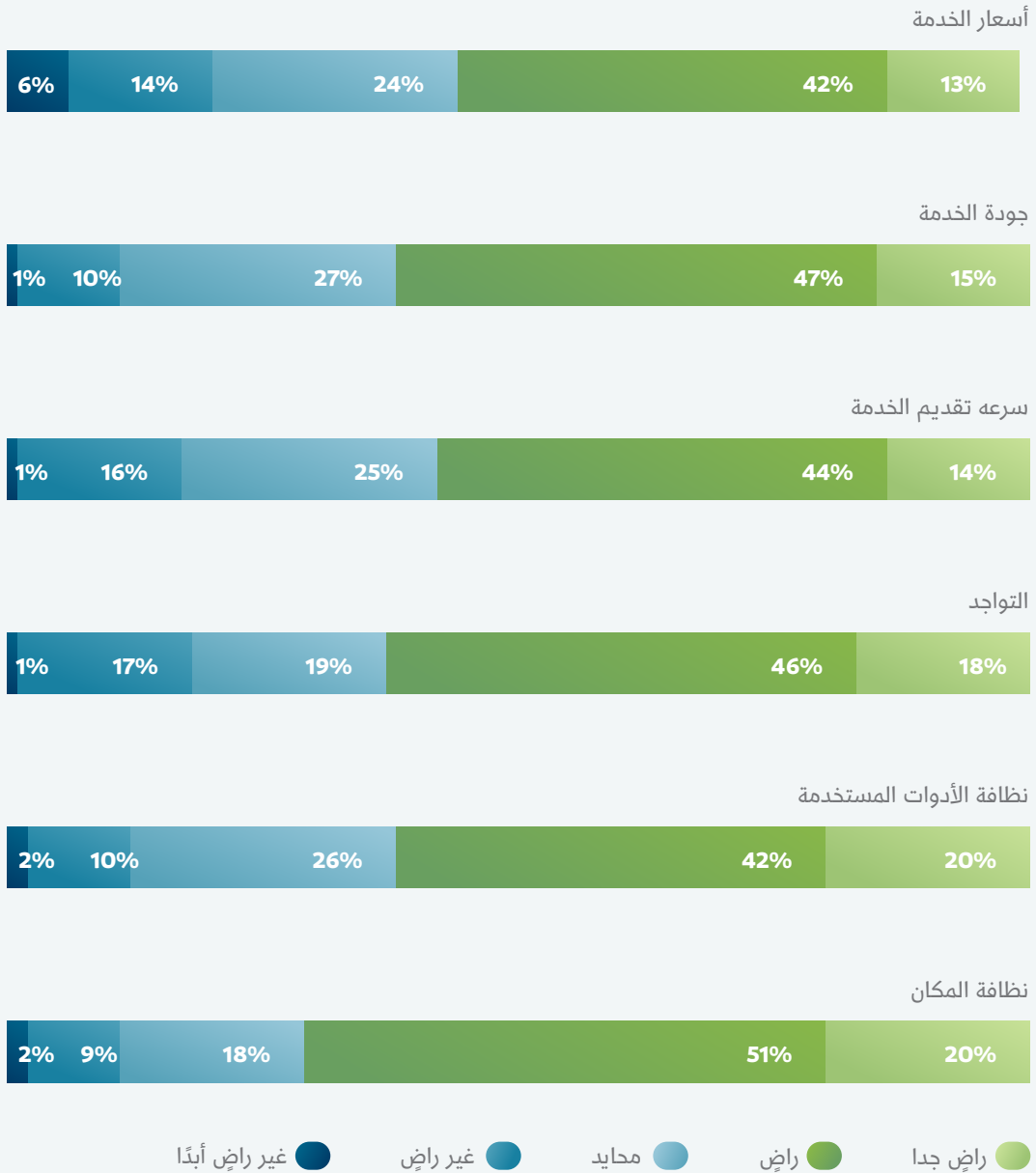
لا

نعم

هل احتجت احد هذه الخدمات خلال الشهر الماضي ؟
كم مره في الشهر تحتاج للذهاب للصالون أو الحلاق حسب التقريب؟

4-3-3 مستوى رضا المستهلكين على خدمات منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

71% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمات الحلاقة والصالون من ناحية نظافة المكان. بينما 20% لم يكونوا راضيين عن أسعار الخدمة، كذلك 17% أبدوا عدم رضاهم عن السرعة. حيث تكون ميزة تنافسية يأخذها رواد الأعمال المقبلين على الاستثمار في النشاط

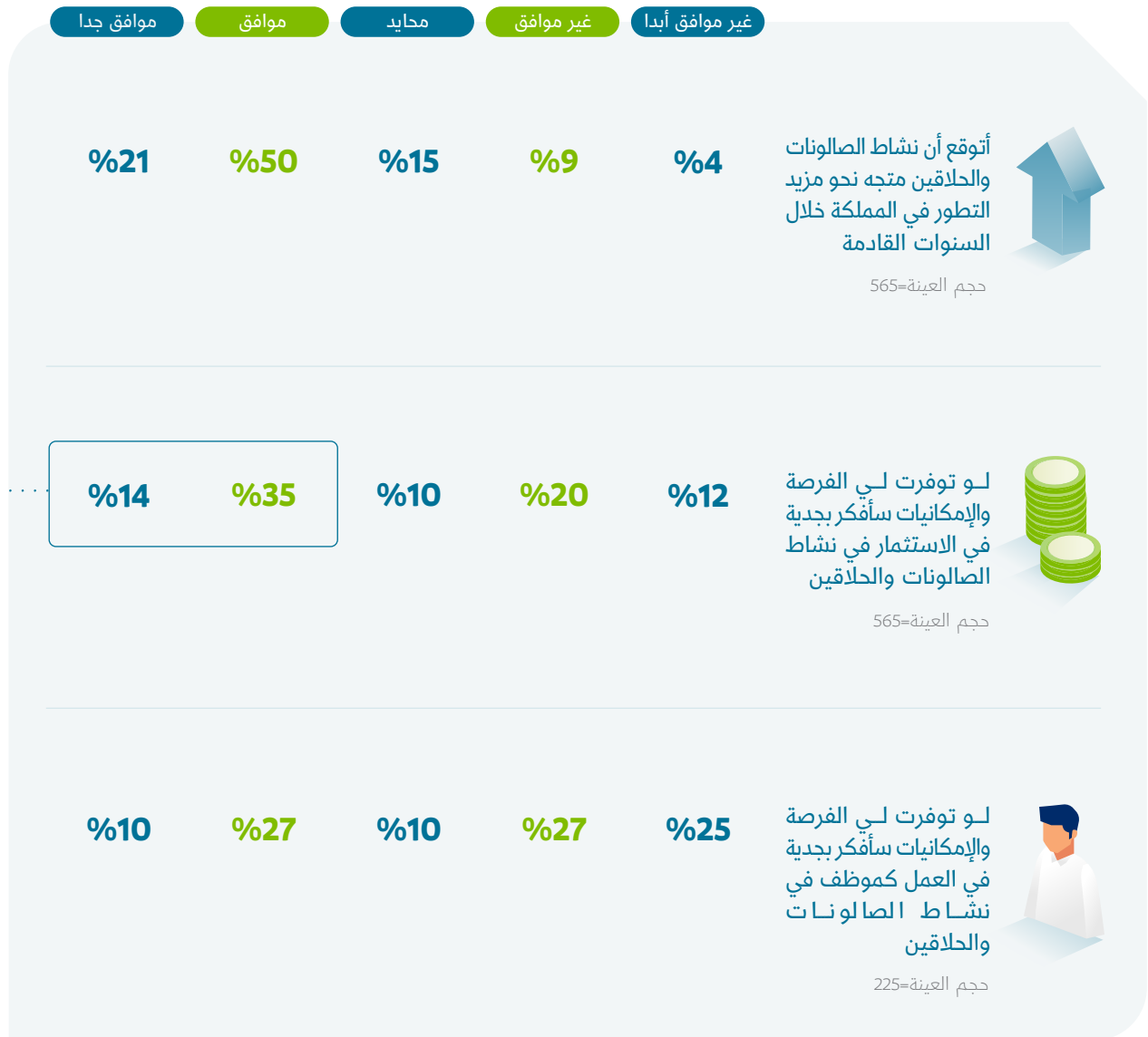


حجم العينة=565

ما مدى رضاك عن خدمات الحلاقة والصالون من النواحي التالية: أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعة تقديم الخدمة، التواجد، نظافة الأدوات المستخدمة، نظافة المكان (1 غير راضٍ أبداً و 5 راضٍ جداً)

4-3-4 مستوى رضا المستهلكين على خدمات منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

71% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمات الحلاقة والصالون من ناحية نظافة المكان. بينما 20% لم يكونوا راضيين عن أسعار الخدمة، كذلك 17% أبدوا عدم رضاهم عن السرعة. حيث تكون ميزة تنافسية يأخذها رواد الأعمال المقبلين على الاستثمار في النشاط



=حجم العينة

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

غسيل السجاد أو الستائر
أو المفروشات

50%

غسيل وكي الملابس

50%

ما مدى موافقتك على هذه الجمل (1 غير موافق أبدا 5 موافق جدا)

4-3-5 التوجهات الجديدة في سوق خدمات تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر المستهلكين

81% من المشاركين ليس لديهم معرفة ببرامج الولاء، وأيضاً 60% لا يعلمون عن تقديم الخدمات المنزلية. ويعتقد 46% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لهم نوعاً ما ويمكن أن يستهوهم كمستهلكين كما يعتقد 44% منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

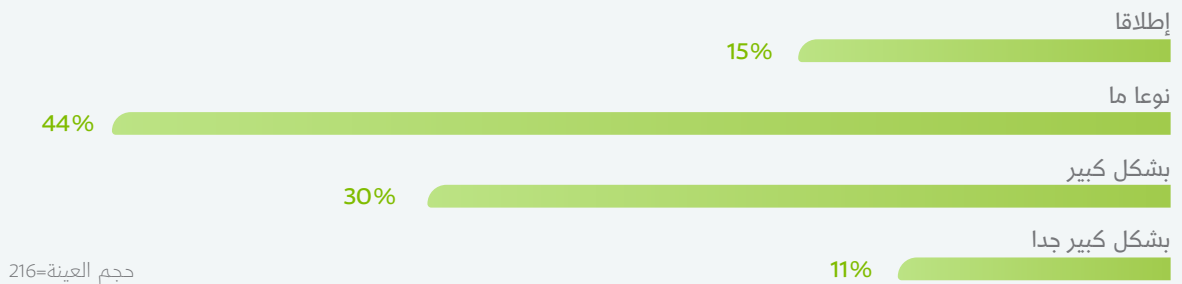
مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



المعرفة بخدمات قطاع الجملة والتجزئة



مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمات الصالونات والحلاقين التالية :
 في حال الإجابة بنعم (هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك ويمكن أن يستهويك كمستهلك؟)
 هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

4-3-6 توصيات ومقترحات المستهلكين لتطوير خدمات تصنيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

أكثر التوصيات كانت على تحسين القطاع يليه النظافة وكانت أقلها على فتح الخدمة على مدى 24 ساعة وفتح مراكز رجالية متكاملة.

تحسين القطاع	النظافة	السعر الملائم	توفير العمالة المناسبة
22%	12%	10%	22%
الإعلانات والعروض	الرقابة	الجودة	خدمات إلكترونية
6%	6%	55%	3%
زيادة حلاقين الأطفال	الزيارة المنزلية	تطوير الأجهزة	الموقع الملائم
3%	2%	2%	1%
خدمات إنترنت عالية	السعودة وتوطين القطاع	خدمة مفتوحة على مدى 24 ساعة	فتح مراكز رجالية متكاملة
1%	2%	1%	2%

الجزء الخامس

دراسة سوق أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها

5

5

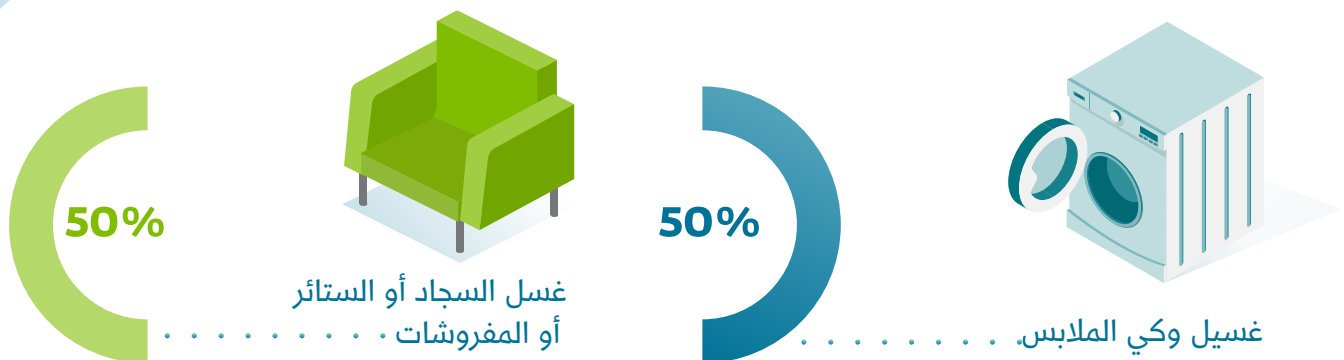
1-5

دراسة سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 132 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في مجالات غسيل وكي وتنظيف الملابس والسجاد والمفروشات، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطلعات التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

1-1-5 خصائص عينة منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها



حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



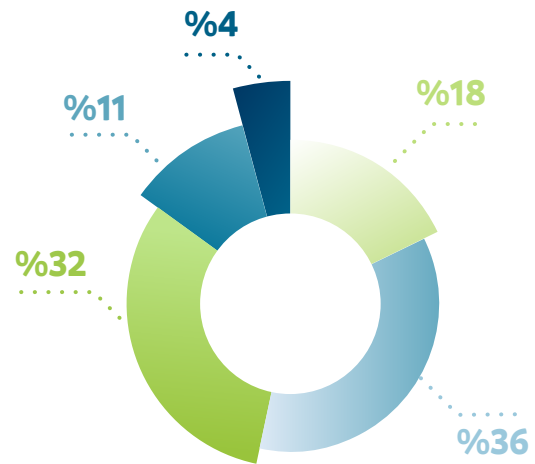
حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



حجم العينة=132

5-1-2 مؤشر النمو في منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها

كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



قليل جداً قليل عادي عالي جداً عالي

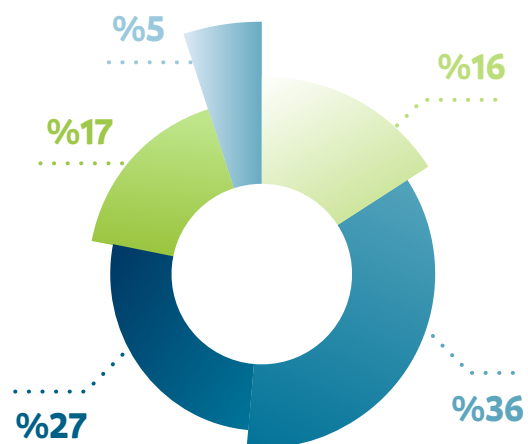
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



3-1-5 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

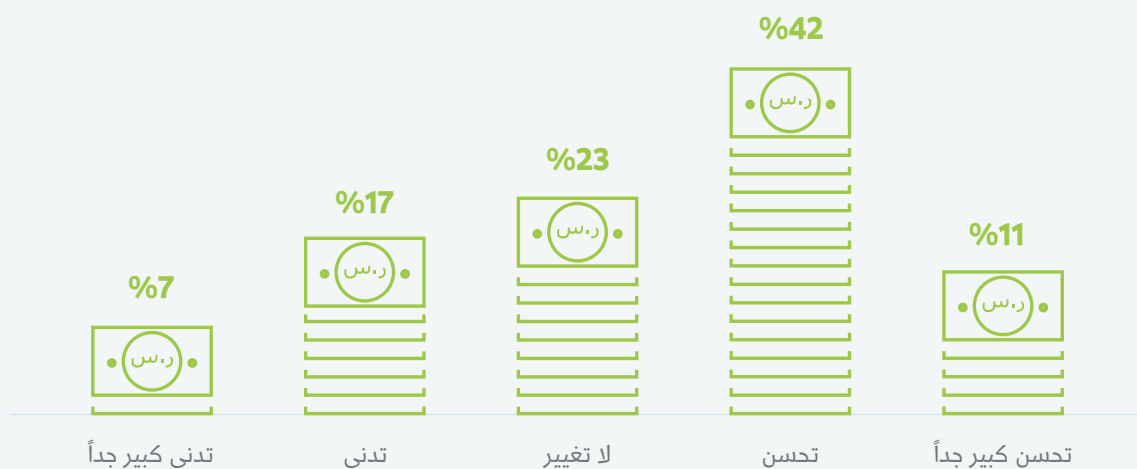


ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟



● تدني ● لا تغيير ● تحسن كبير جداً
● تدني كبير جداً ● تحسن

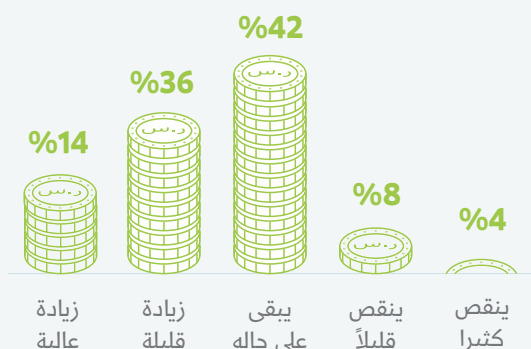
كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ 6 أشهر المقبلة؟



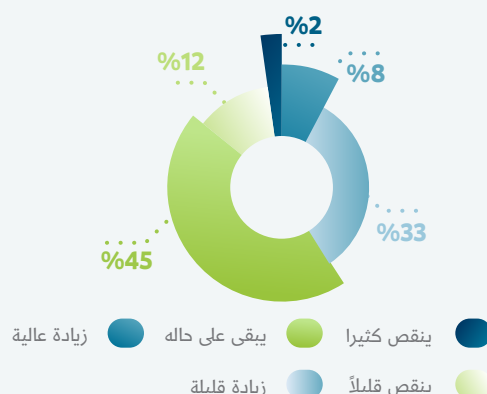
حجم العينة=132

4-1-5 مؤشر التضخم في خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة (بعيداً عن الرواتب)



كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع منتجاتك أو خدماتك خلال 6 الأشهر القادمة



حجم العينة=132



5-1-5 مؤشر التوظيف في منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

ما هو مستوى التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشأتك خلال الستة أشهر القادمة

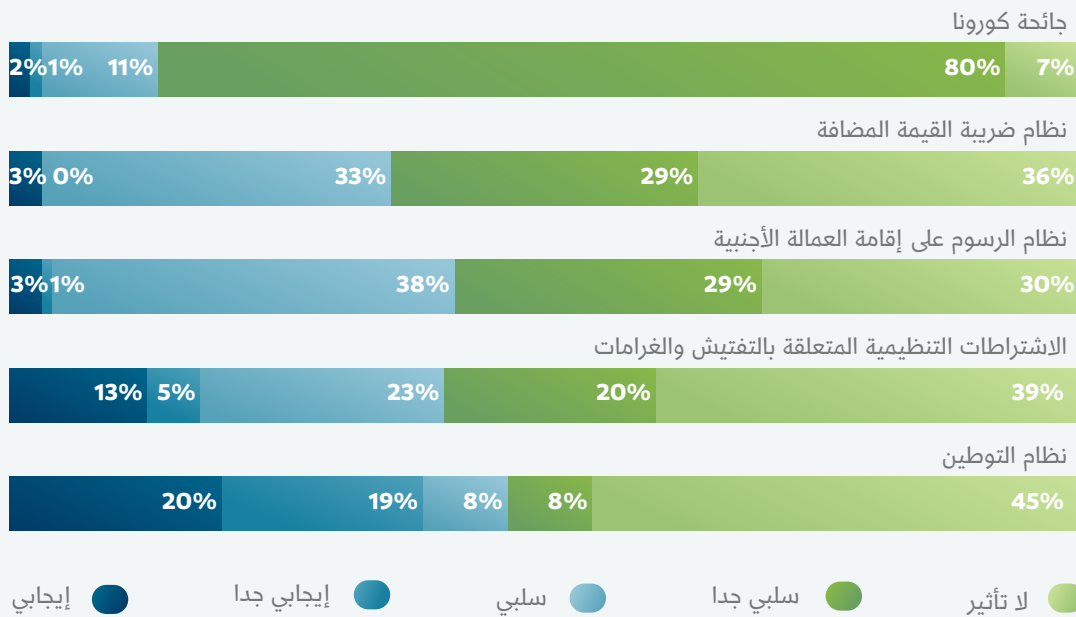


حجم العينة=132

5-1-6 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على أنشطة غسل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

20% من المنشآت يرون أن تأثير نظام التوطين كان إيجابياً على نشاطهم و19% يرون بأنه إيجابي جداً. 91% أفادوا بأن جائحة كورونا لها أثر وأثر سلبي على نشاطهم.

تقييم تأثير هذه العوامل على النشاط



حجم العينة=132

ما تقيمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

5-1-7 تحديات تطوير الأعمال في منشآت غسل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

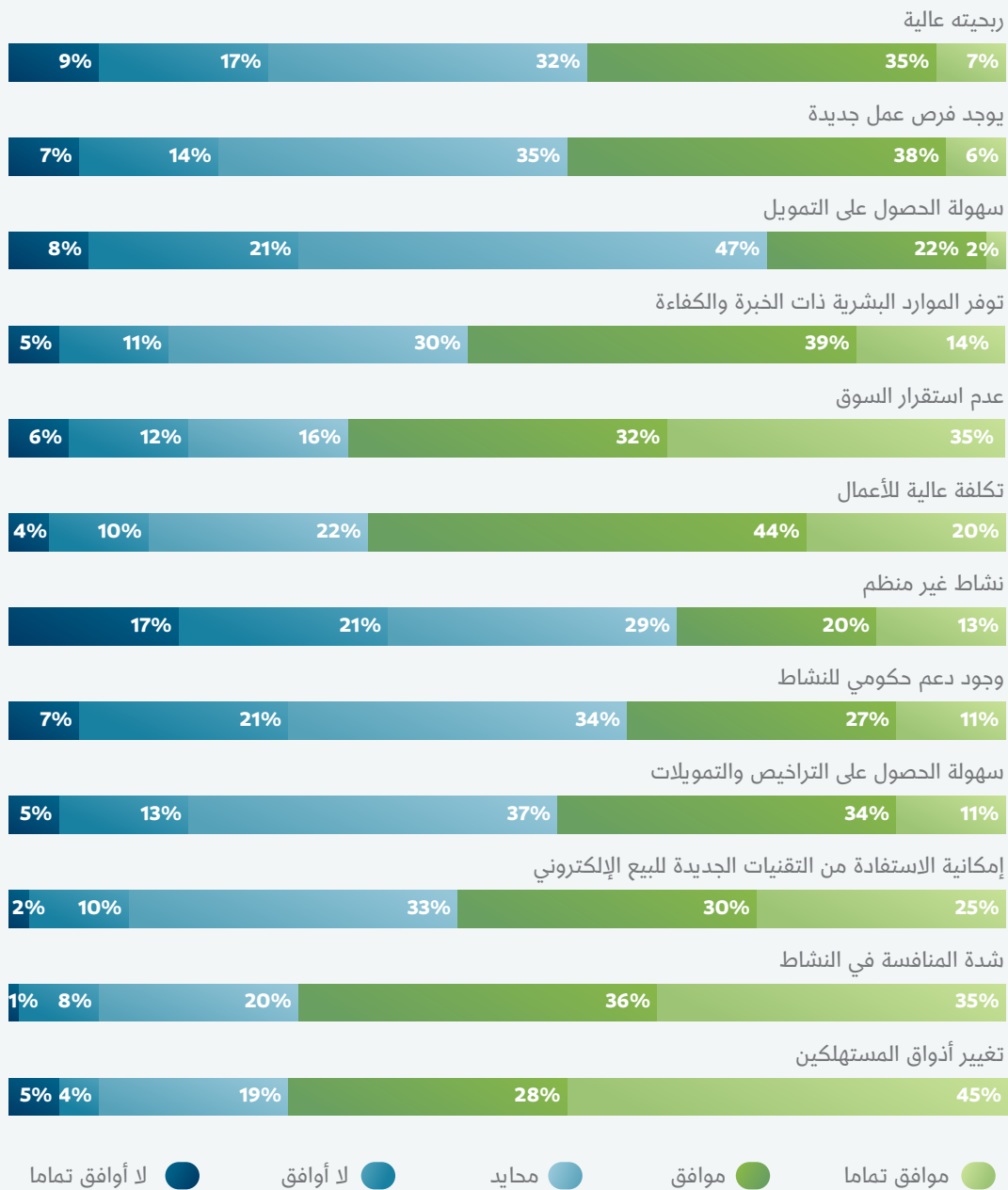


حجم العينة=65

5-1-8 مميزات أنشطة خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها من وجهة نظر أصحاب المنشآت

73% من المنشآت المشاركة يوافقون على تغيير أذواق المستهلكين، 71% يوافقون على شدة المنافسة في النشاط. 38% لا يوافقون على النشاط الغير منظم في منشآتهم.

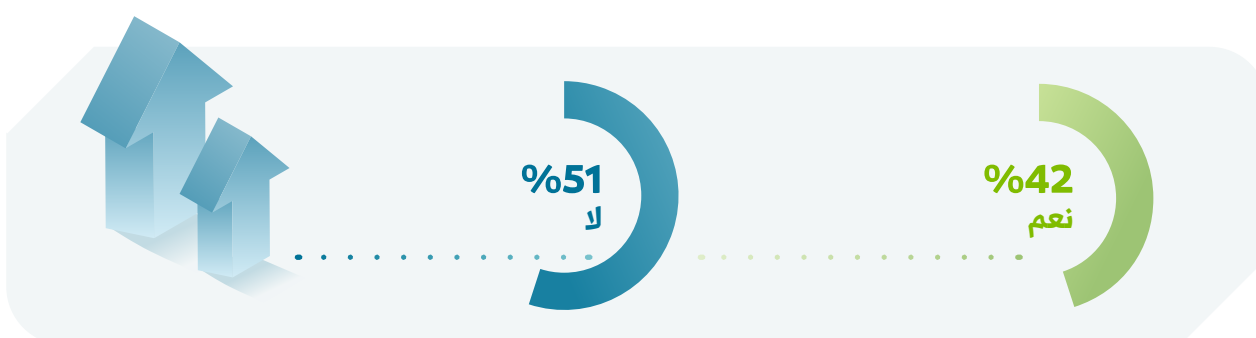
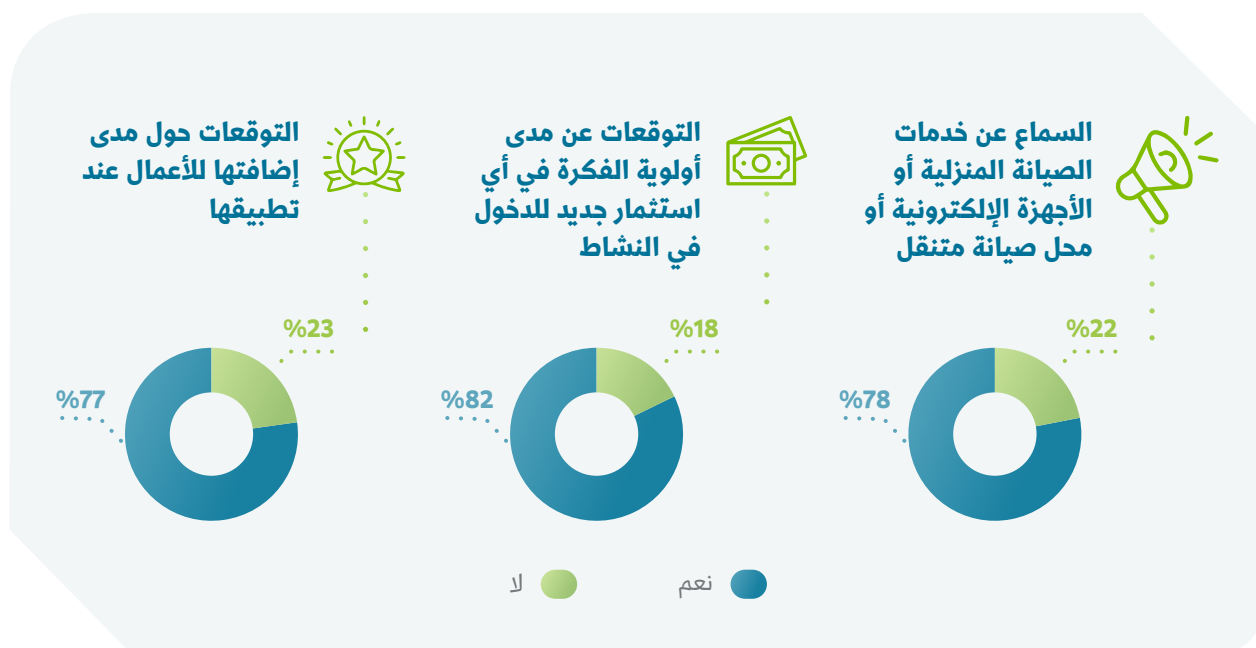
توافق العبارات تجاه نشاط المنشأة



إلى أي مدى توافق على العبارات التالية تجاه نشاطك. حيث 1 لا أوافق تماماً و 5 موافق تماماً

5-1-9 التوجهات الجديدة في سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها من وجهة نظر أصحاب المنشآت

أكثر من 70% من المجيبين أفادوا بسماعهم عن خدمات الصيانة المنزلية أو الأجهزة الإلكترونية أو محل صيانة متنقل وأفادوا أنها فكرة مشجعة للاستثمار في النشاط بالإضافة لتوقعات عالية من أصحاب الأعمال بالبدء بتطبيقها.



ماهي هي تلك الخطط؟



حجم العينة=132

هل لديك خطط لتطوير أعمالك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟

5

2-5

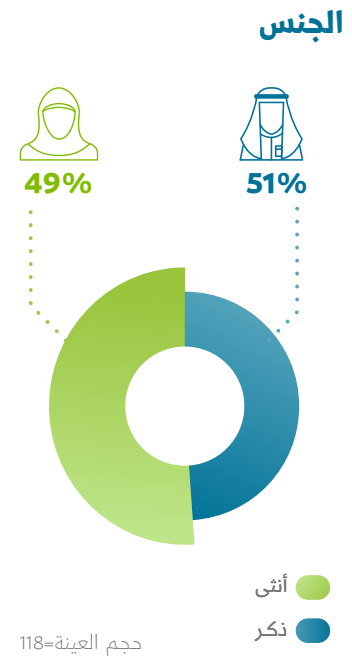
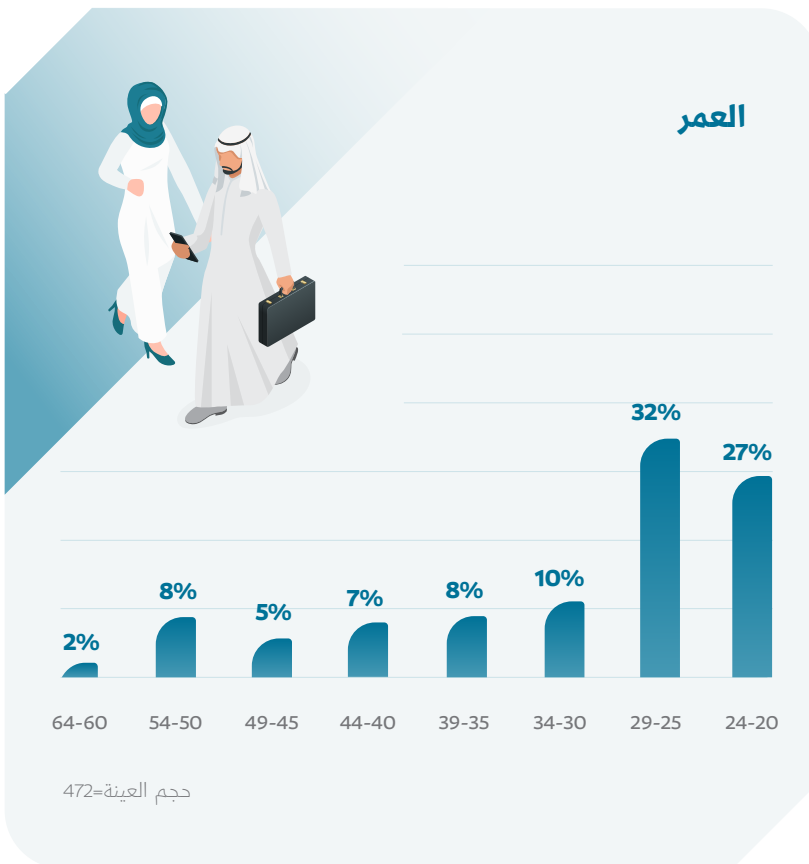
دراسة سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 531 مستهلك لخدمات غسيل وكي وتنظيف الملابس والسجاد والستائر والمفروشات، إلخ، من الجنسين، واستقصاء آرائهم حول مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقترحاتهم في هذا المجال.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

5-2-1 خصائص عينة المستهلكين لخدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها

كانت الفئة العمرية من 25-29 سنة هي أكثر فئة عمرية مشاركة في الدراسة يليها الفئة العمرية 20-24 سنة، وكانت النسب متقاربة للجنسين ذكوراً وإناث.

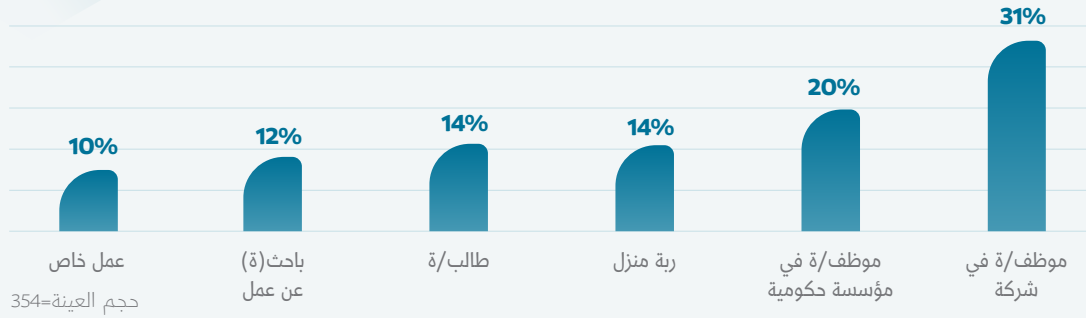


جنس المضيف، المنطقة، العمر

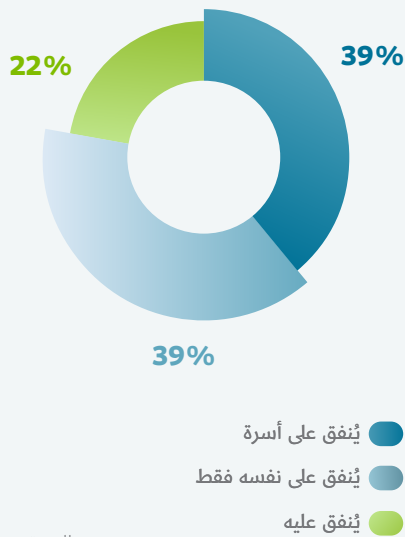


أكثر المجيبين كانوا من موظفي الشركات وموظفي القطاع الحكومي يليهم الطلاب وربات المنازل بنسب متساوية، 42% من المجيبين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (3001-7000) ريال، وكان نسب الذين ينفقون على أسرة وينفقون على أنفسهم متساوية 39%.

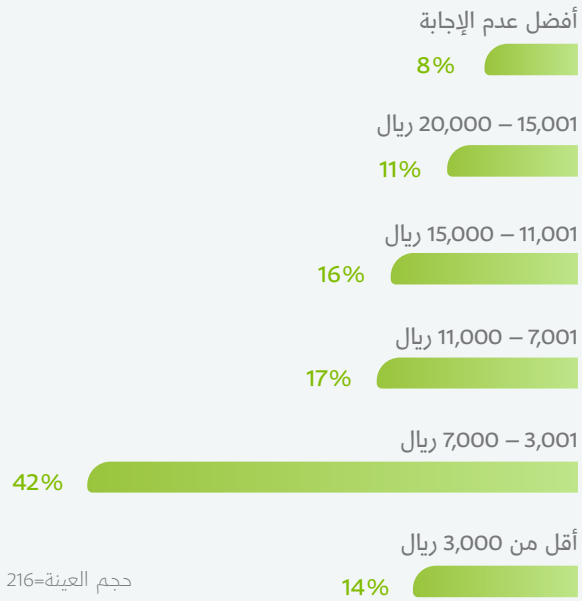
الحالة الوظيفية



أسلوب الإنفاق



مستوى الدخل

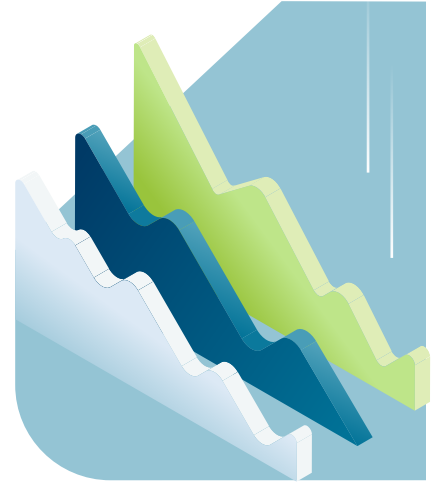


الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

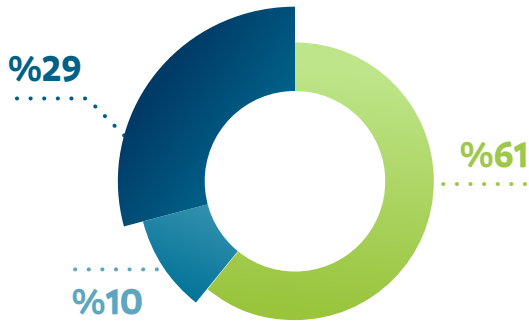
2-2-5 مستوى الطلب على خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها

قبل أسبوع من عمل الاستبيان 75% من المجيبين احتاجوا خدمة غسيل وكي الملابس، 60% احتاجوا غسل السجاد أو الستائر أو المفروشات

أفاد 61% من المشاركين بأنهم يحتاجون لخدمة الغسل والكي (ملابس وسجاد وغيرها) بحسب الحاجة يليهم 29% يحتاجون الخدمة مرة إلى مرتين في الشهر.



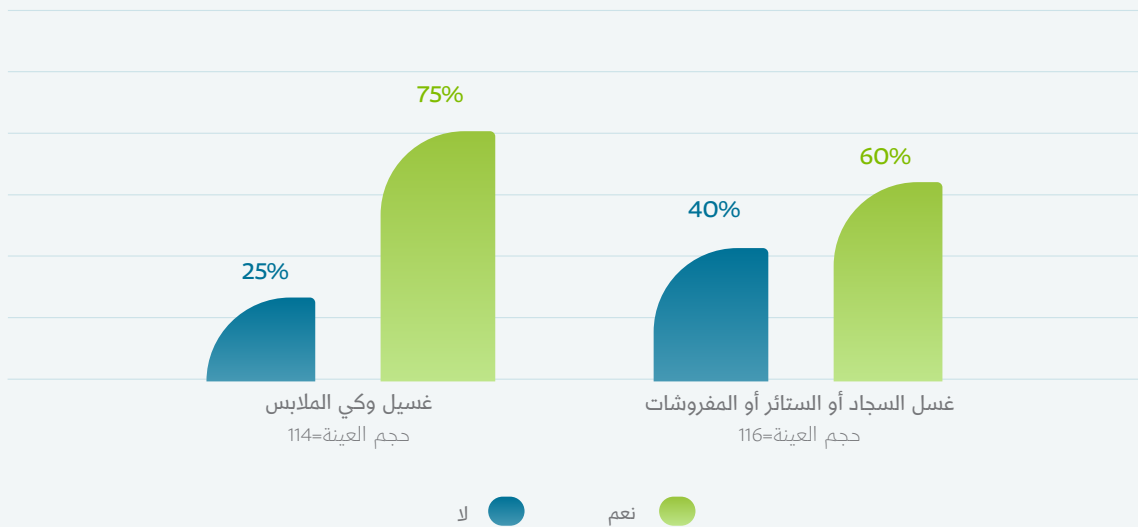
عدد مرات الاستفادة من الخدمة



غير محدد (بحسب الحاجة) أقل من مرة مرة - مرتين

حجم العينة=177

احتياج الخدمات خلال شهر



هل احتجت هذه الخدمات خلال الأسبوع الماضي؟
كم مره في الشهر تحتاج لخدمة الغسل والكي (ملابس وسجاد وغيرها) حسب التقريب؟
كم كانت قيمة ما أنفقته على خدمة الغسل والكي في آخر شهر حسب التقريب

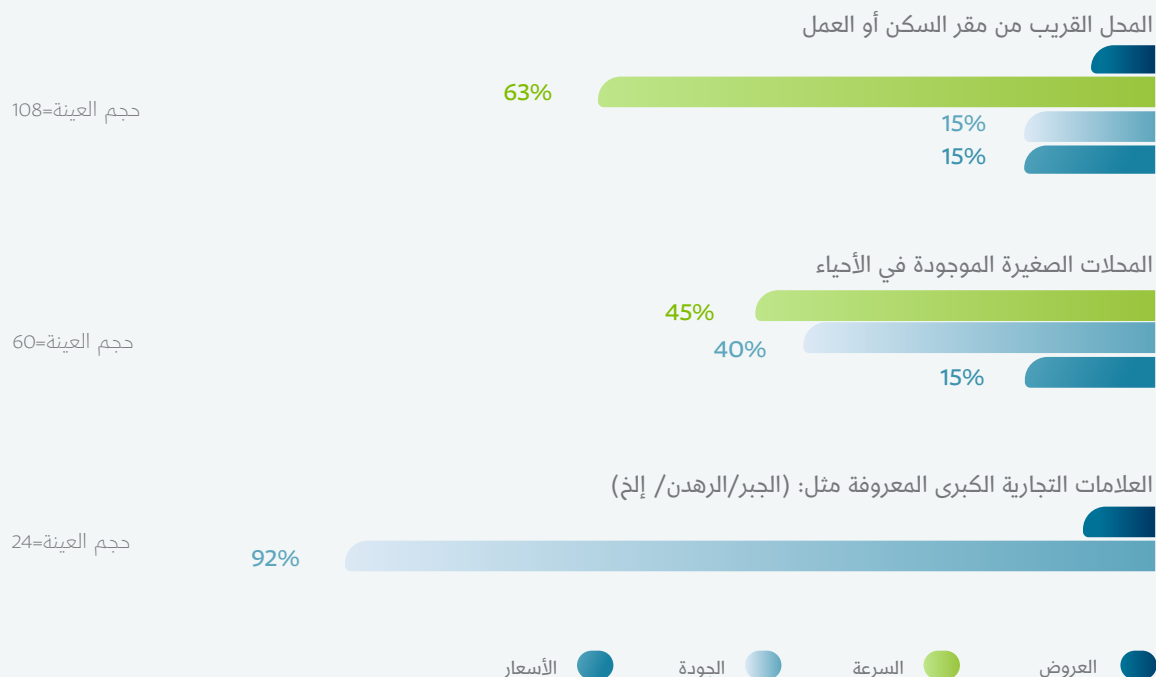
3-2-5 تفضيلات المستهلكين لخدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

46% من المشاركين يفضلون خدمة الغسيل والكي عند المحلات القريبة من مقر سكنهم أو عملهم، والأغلبية منهم (63%) أرجحوا أن سبب هذا التفضيل هو السرعة، و 35% ذكروا بأنهم يفضلون المحلات الصغيرة الموجودة في الأحياء، وأرجح 45% منهم تقريباً بأن سبب هذا التفضيل هو السرعة. بينما 92% من الذين اختاروا العلامات التجارية الكبرى المعروفة مثل: (الجبر/الرهدن، إلخ) كان سبب اختيارهم هو الجودة.

طريقة الخدمة المفضلة



سبب التفضيل

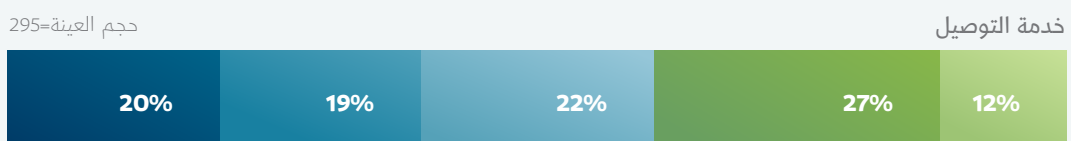


ماهو نوع خدمة الغسيل والكي المفضل لديك؟
ماهو السبب وراء هذا التفضيل؟

5-2-4 مستوى رضا المستهلكين على خدمات منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء



81% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمة غسل وكي الملابس من ناحية سرعة تقديم الخدمة، يليهم 79% كانوا راضيين عن جودة الخدمة. بينما 39% أفادوا بأنهم غير راضيين عن خدمة التوصيل.

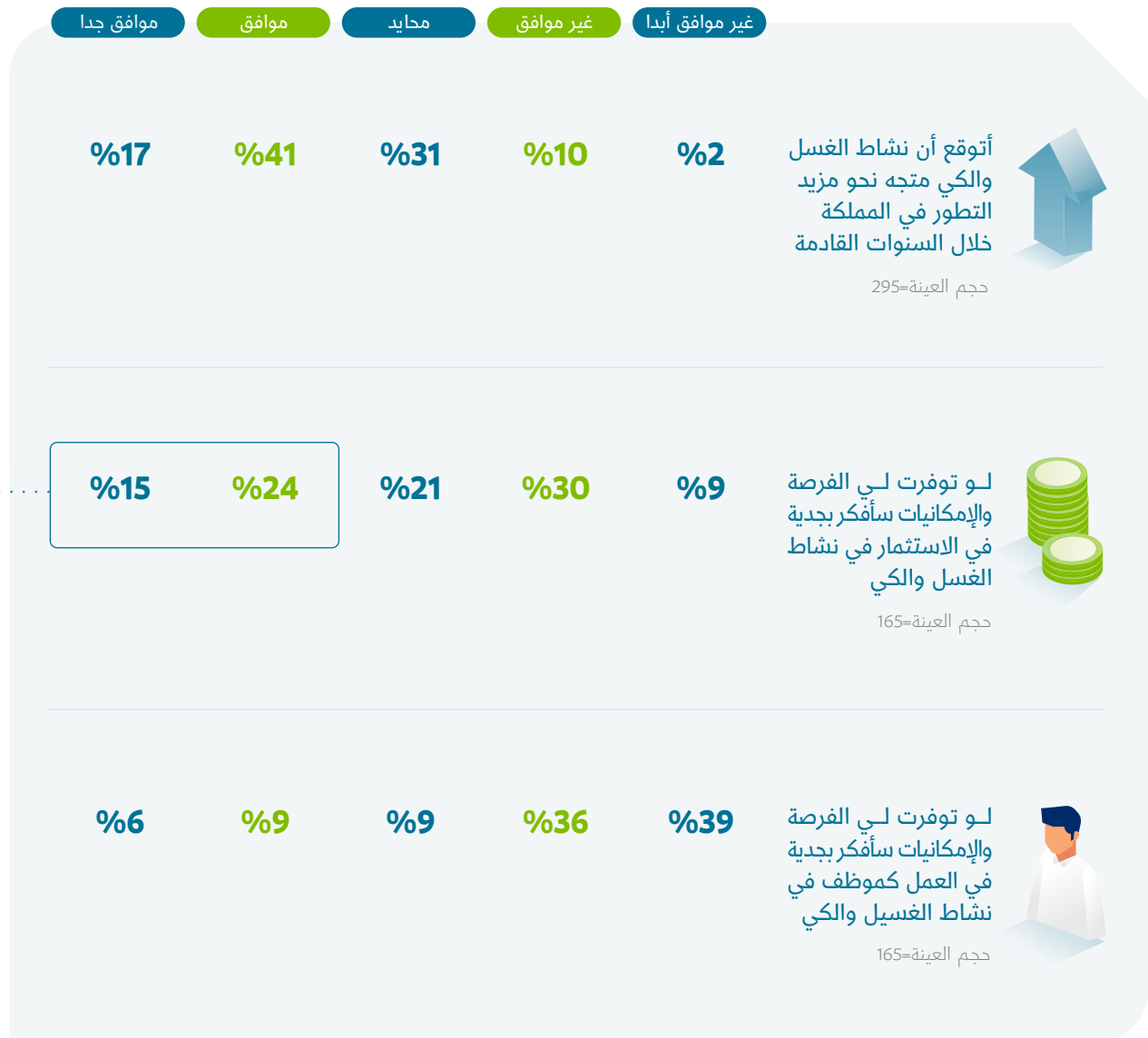


● راضٍ جداً
 ● راضٍ
 ● محايد
 ● غير راضٍ
 ● غير راضٍ أبداً

ما مدى رضاك عن خدمات غسل وكي الملابس والأغراض المتنوعة من النواحي التالية: أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعته تقديم الخدمة، خدمة التوصيل، توافد محلات الغسيل والكي (1 غير راضٍ أبداً و 5 راضٍ جداً)

5-2-5 توقعات مستقبل سوق خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الغراء وتنظيفها من وجهة نظر المستهلكين

58% يتوقعون بأن نشاط الغسل والكي متجه نحو مزيد التطور في المملكة خلال السنوات القادمة، 39% يفكرون بالاستثمار في النشاط وتساوت نسب اختيارهم للنوعين غسيل وكي الملابس وغسيل السجاد أو الستائر أو المفروشات. 75% من المجيبين لا يرغبون بالعمل في هذا النشاط لو توفرت لديهم الفرصة.



حجم العينة=8

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

غسيل السجاد أو الستائر
أو المفروشات

50%

غسيل وكي الملابس

50%

ما مدى موافقتك على هذه الجملة (1 غير موافق أبداً 5 موافق جداً)

5-2-6 التوجهات الجديدة في سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

نصف المجيبين أفادوا بسماعهم عن منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة وبالرغم من ذلك أفادوا أنها فكرة مشجعة للاستثمار في النشاط بالإضافة لتوقعات عالية من أصحاب الأعمال بالبدء بتطبيقها.



%50

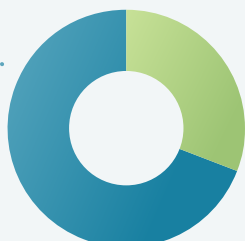


%50

السماع عن منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة



%69

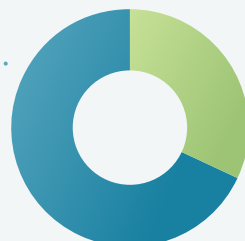


%31

التوقعات عن مدى أولوية الفكرة في أي استثمار جديد للدخول في النشاط



%68



%32

التوقعات حول مدى إضافتها للأعمال عند تطبيقها



لا

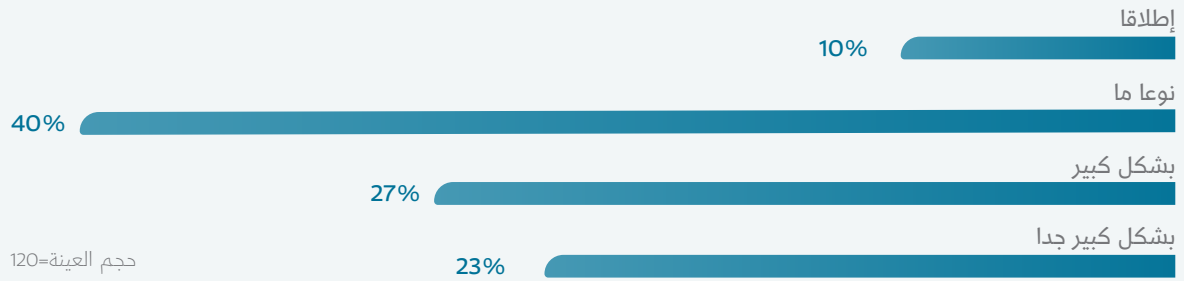
نعم

5-2-6 التوجهات الجديدة في سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراش وتنظيفها



73% من المشاركين ليس لديهم معرفة ببرامج الولاء، وأيضاً 59% لا يعلمون بتقديم خدمات التوصيل، ويعتقد 40% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لهم نوعاً ما ويمكن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد النصف منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

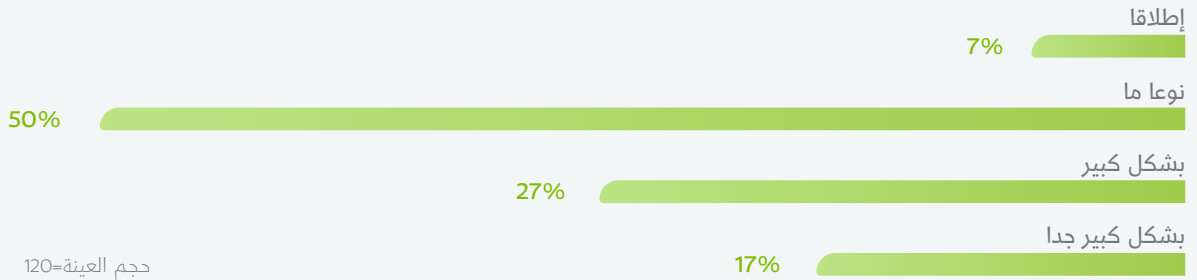
مدى ملائمة الخدمات للمستهلك



المعرفة بخدمات إصلاح الحواسيب والجوالات



مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمة الغسيل والكي:
في حال الإجابة بنعم (هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك ويمكن أن يستهويك كمستهلك؟)
هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

5-2-7 توصيات ومقترحات المستهلكين لتطوير خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

أكثر التوصيات كانت على تحسين القطاع يليه خدمة التوصيل وكانت أقلها على الخصومات واختيار الموقع الملائم.

النظافة
%9

الجودة
%11

خدمة التوصيل
%18

تحسين القطاع
%18

توفير خدمة
الغسيل السريع
%2

توحيد الأسعار
%2

وضع تطبيق
إلكتروني
%5

الرقابة
%5

اختيار الموقع
الملائم
%2

الخصومات
%3

تدريب العمالة
%2

الجزء السادس

دراسة سوق خدمات الخیاطة



6

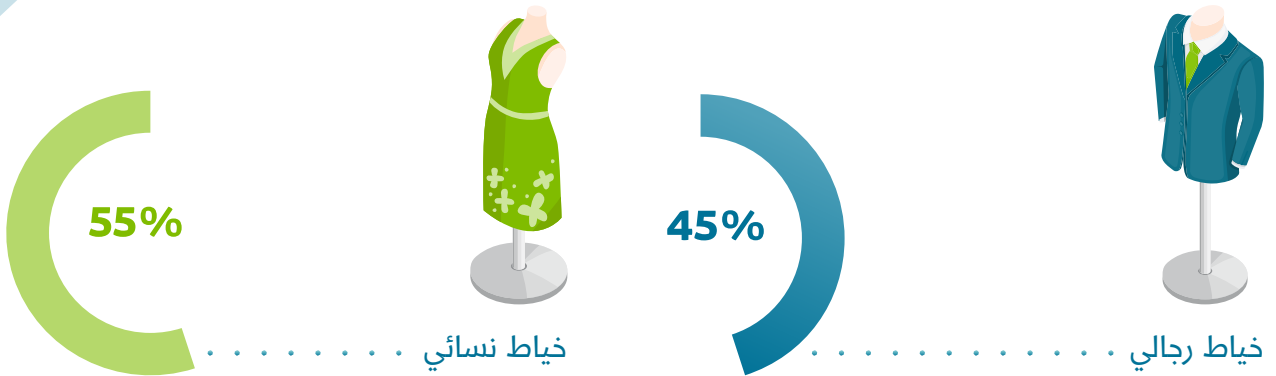
1-6

دراسة سوق خدمات الخياطة من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق خياطة وإصلاح الملابس من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 88 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في خياطة وإصلاح الملابس، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطلعات، إلخ، التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

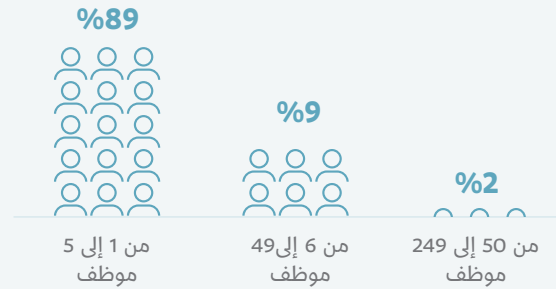
1-1-6 خصائص عينة منشآت الخياطة



حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



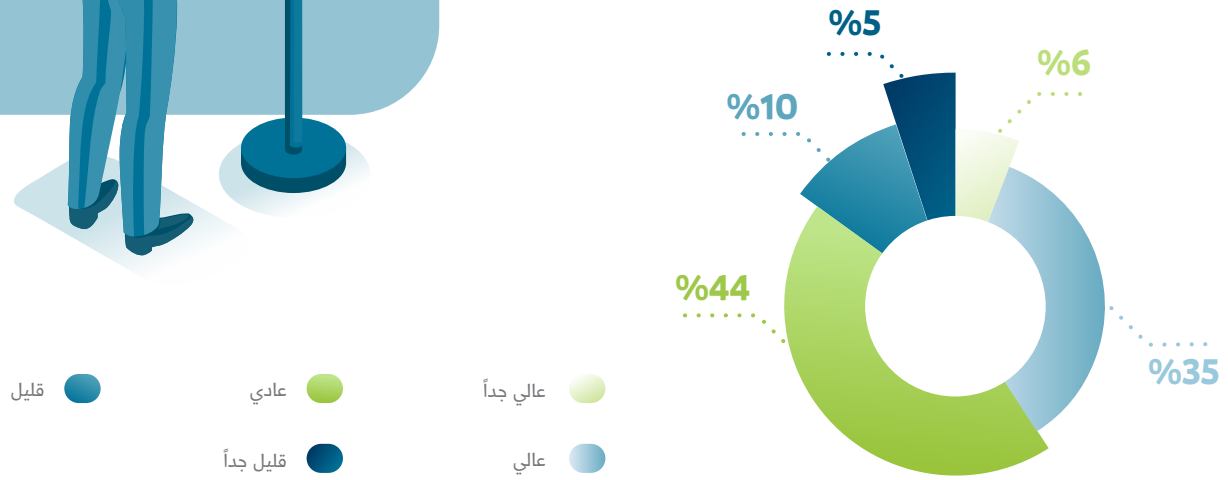
حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



6-1-2 مؤشر النمو في أنشطة منشآت الخياطة



كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



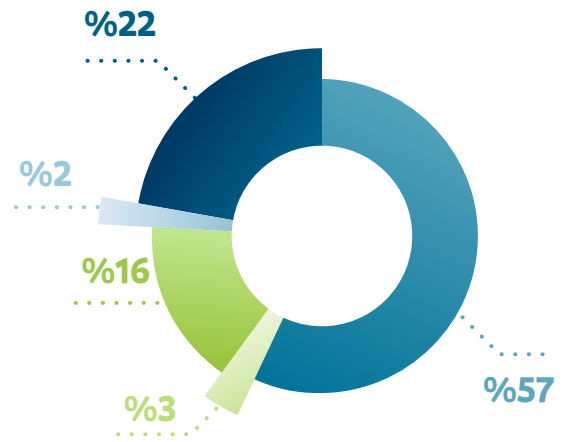
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



3-1-6 مؤشر ثقة الأعمال في منشآت الخياطة

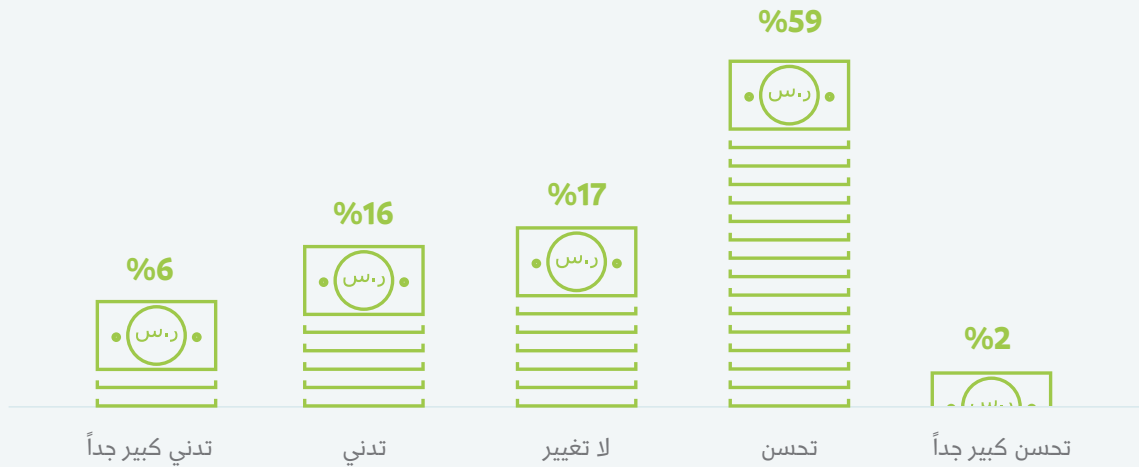


ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟



● تدني
● لا تغيير
● تحسن كبير جداً
● تدني كبير جداً
● تحسن

كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ 6 أشهر المقبلة؟

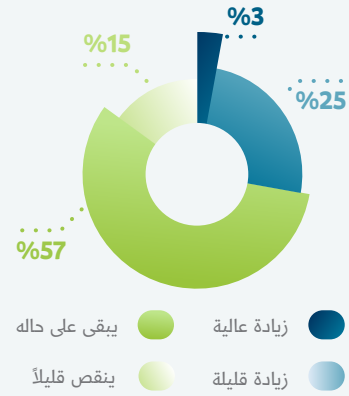


4-1-6 مؤشر التضخم في خدمات الخياطة

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة (بعيداً عن الرواتب)



كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع منتجاتك أو خدماتك خلال 6 الأشهر القادمة

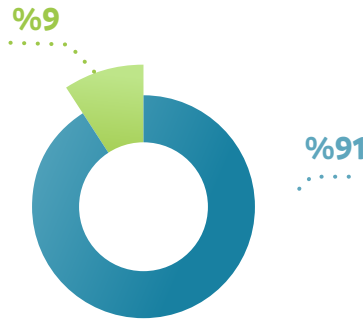


5-1-6 مؤشر التوظيف لدى منشآت الخياطة

ما هو مستوى التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشأتك خلال الستة أشهر القادمة



6-1-6 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على نشاط منشآت الخياطة



هل نشاطك التجاري مشمول بقرارات التوطين الموجهة؟

نعم لا

سلبى جداً

سلبى

لا تأثير

إيجابى

إيجابى جداً

85%

11%

3%

0%

0%

جائحة كورونا



44%

27%

27%

1%

0%

نظام ضريبة القيمة المضافة



41%

34%

24%

1%

0%

نظام الرسوم على إقامة العمالة الأجنبية



25%

8%

58%

9%

0%

الاشتراطات التنظيمية المتعلقة بالتفتيش والغرامات



9%

5%

64%

11%

11%

نظام التوطين



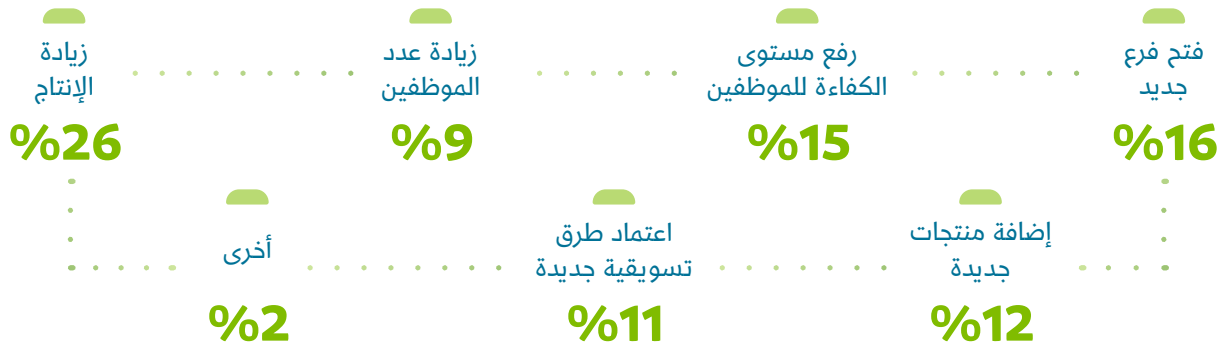
ما تقيّمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

6-1-7 خطط تطوير الأعمال في منشآت الخياطة

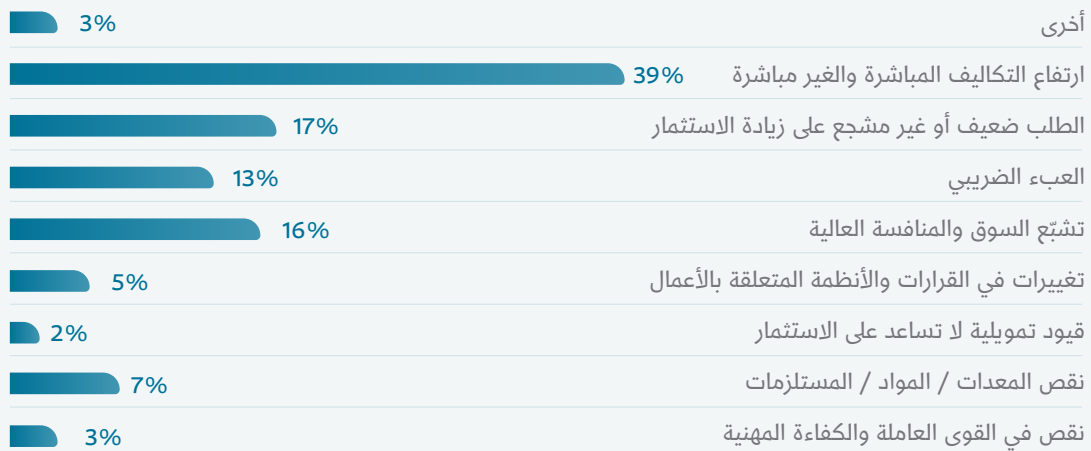
52% من المنشآت لديهم خطط لتطوير أعمالهم خلال الـ 6 أشهر القادمة، في حين 48% من المنشآت ليس لديهم خطط لتطوير الأعمال. 26% من المنشآت لديهم خطط في زيادة الإنتاج، في حين 16% من المنشآت لديهم خطط في فتح فرع جديد. 39% من المنشآت أفادوا أن الأسباب التي من الممكن أن تحد من خطط تطوير أعمالهم هو ارتفاع التكاليف المباشرة والغير مباشرة.



خطط تطوير الأعمال خلال الستة أشهر القادمة



الأسباب التي من الممكن أن تحد من خطط تطوير الأعمال



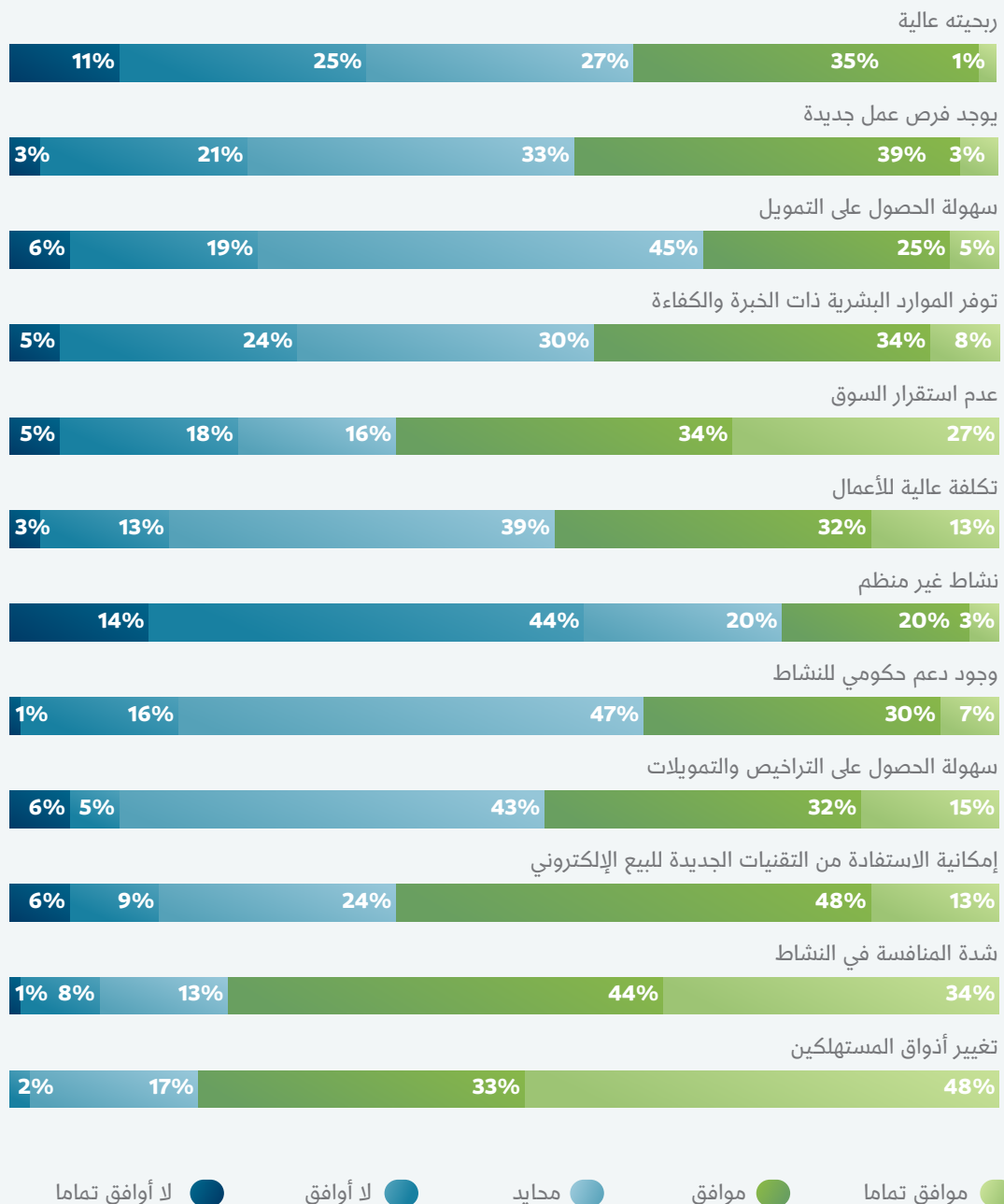
هل لديك خطط لتطوير أعمالك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟ | ماهي هي تلك الخطط؟
ماهي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟

حجم العينة= 88

6-1-8 تحديات تطوير الأعمال لدى منشآت الخياطة

81% من المنشآت يوافقون على أن أذواق المستهلكين تتغير تجاه نشاط المنشأة، و 78% من المنشآت يوافقون على شدة المنافسة في النشاط، في حين 58% من المنشآت لا يوافقون على وجود نشاط غير منظم تجاه نشاط المنشأة.

توافق العبارات تجاه نشاط المنشأة



حجم العينة = 88

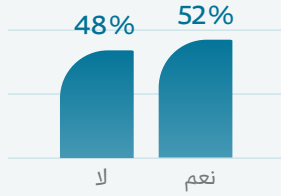
إلى أي مدى توافق على العبارات التالية تجاه نشاطك، حيث 1 لا أوافق تماماً و 5 موافق تماماً

6-1-9 التوجهات الجديدة في سوق خدمات الخياطة

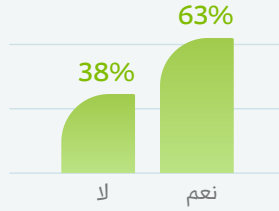
61% من المنشآت سبق لهم أن سمعوا عن التطبيق الإلكتروني لطلب الملابس وتحديد المقاسات من خلال برامج المحاكاة، في حين 39% لم يسبق لهم أن سمعوا عنه. 63% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط، و 38% لا يعتقدون ذلك. 52% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستضيف على أعمالهم شيئاً إذا عملوا على تطبيقها، في حين 48% لا يعتقدون ذلك.



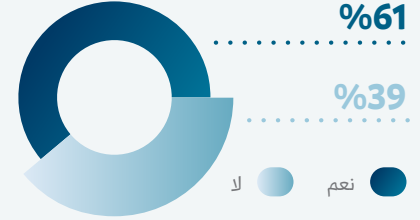
التوقعات حول مدى إضافتها للأعمال عند تطبيقها



التوقعات عن مدى أولوية الفكرة في أي استثمار جديد للدخول في النشاط



السماع عن التطبيق الإلكتروني لطلب الملابس وتحديد المقاسات من خلال برامج المحاكاة



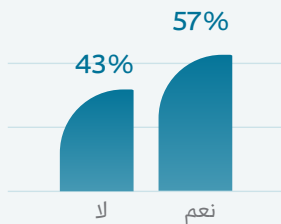
حجم العينة= 88

هل سبق وسمعت عن تطبيق إلكتروني لطلب الملابس وتحديد المقاسات من خلال برامج المحاكاة؟ هل تعتقد أنها (الفكرة) ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟ هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟

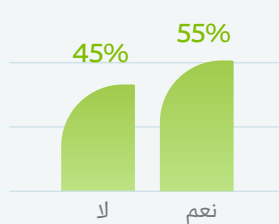
55% من المنشآت سبق لهم أن سمعوا عن منصة إلكترونية موحدة للتفصيل وتحديد المقاسات والألوان والتصميم، في حين 45% لم يسبق لهم أن سمعوا عنه. 55% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط، و 45% لا يعتقدون ذلك. 57% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستضيف على أعمالهم شيئاً إذا عملوا على تطبيقها، في حين 43% لا يعتقدون ذلك.



التوقعات حول مدى إضافتها للأعمال عند تطبيقها



التوقعات عن مدى أولوية الفكرة في أي استثمار جديد للدخول في النشاط



السماع عن منصة إلكترونية موحدة للتفصيل وتحديد المقاسات والألوان والتصميم



حجم العينة= 88

هل سبق وسمعت عن منصة إلكترونية موحدة للتفصيل وتحديد المقاسات والألوان والتصميم؟ هل تعتقد أنها (الفكرة) ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟ هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟

6-1-10 توصيات ومقترحات أصحاب المنشآت لتطوير سوق خدمات الخياطة



إعادة النظر في نظام ضريبة القيمة المضافة لما له من تأثير سلبي مرتفع على أصحاب الأعمال، والتي قد تؤدي إلى العزوف عن الاستمرار.



كان هنالك أثر إيجابي للأنشطة المشمولة بقرارات التوطين.



البحث عن طريقة أكثر تركيزاً وتنظيماً لتنظيم الأنشطة المشمولة، حيث توجد نسبة عالية توافق على أن النشاط غير منظم في الوقت الحال.



إنشاء مبادرات وقروض لمساعدة رواد الأعمال لتطوير أعمالهم، حيث أن التكاليف المالية المباشرة والغير مباشرة هي أحد أهم معوقات التطوير والنمو.



الترويج لإحدى أفكار التوجهات الشائعة بالتشارك مع أصحاب الأعمال لتحفيز القطاع على النمو ودخول رواد جدد في النشاط.

6

2-6

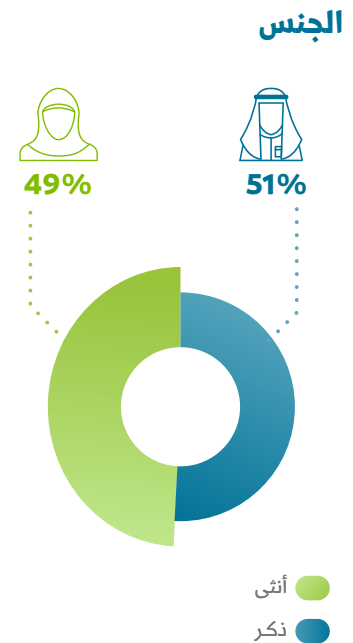
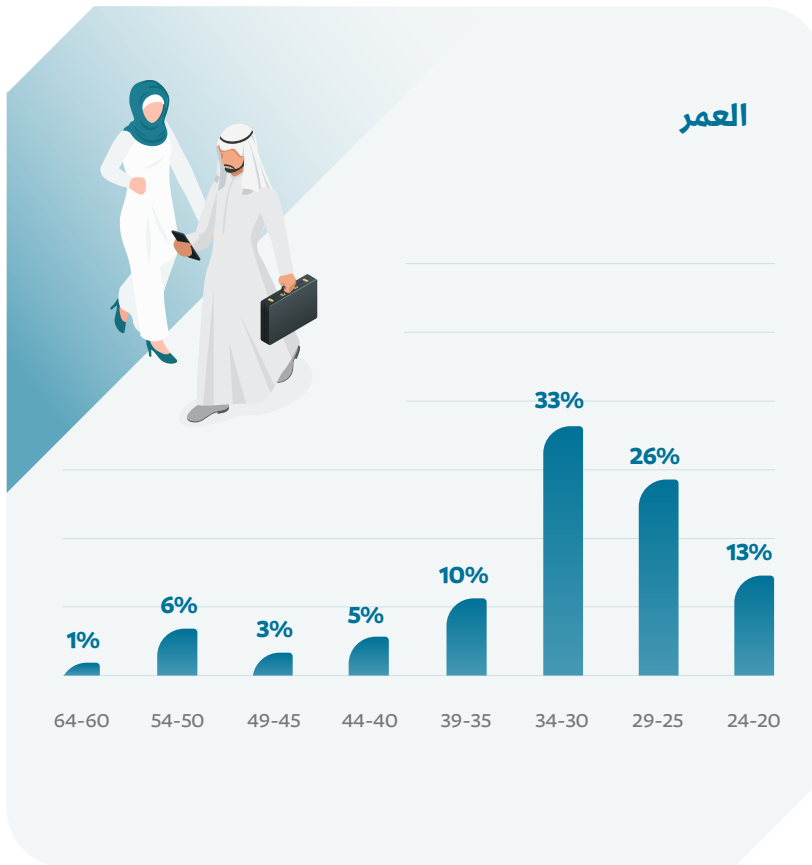
دراسة سوق خدمات الخياطة من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات الخياطة من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 78 مستهلك لخدمات خياطة وإصلاح الملابس من الجنسين، واستقصاء آرائهم حول مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقترحاتهم في هذا المجال.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

6-2-1 خصائص عينة المستهلكين لخدمات الخياطة

كانت الفئة العمرية من 30-34 سنة هي أكثر فئة عمرية مشاركة في الدراسة يليها الفئة العمرية من 25-29 سنة، و كانت النسب متساوية للجنسين ذكور وإناث.



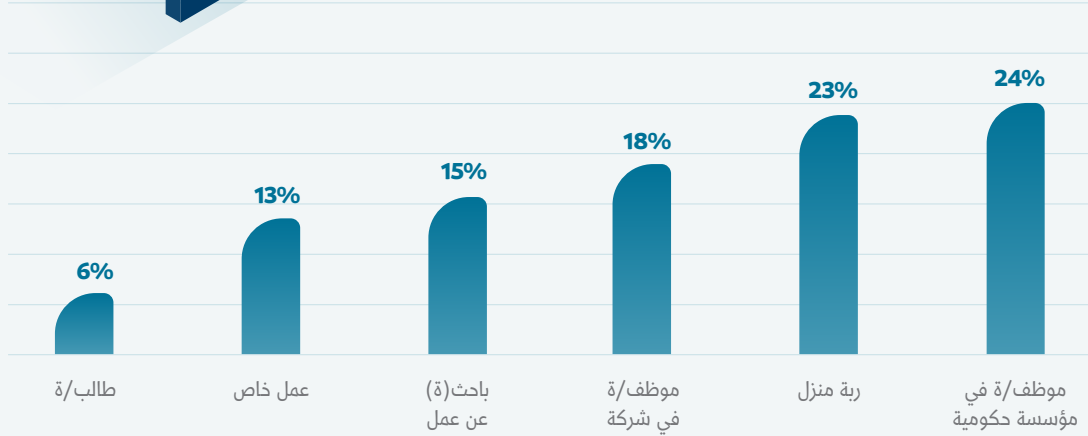
حجم العينة=88

جنس المصنوع، المنطقة، العمر

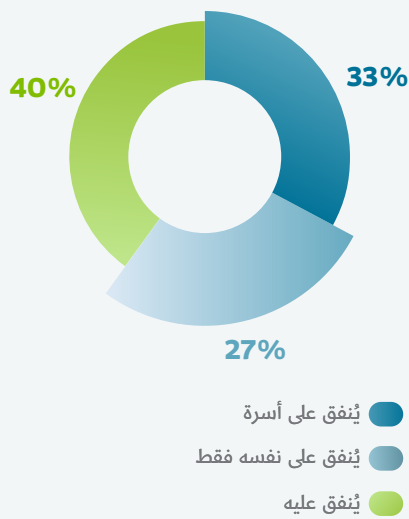
أكثر المجيبين كانوا من موظفي القطاع الحكومي يليهم ربات المنازل، 40% من المجيبين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (7001 - 11000) ريال، وكان نسب الذين ينفق عليهم 40%.



الحالة الوظيفية



أسلوب الإنفاق



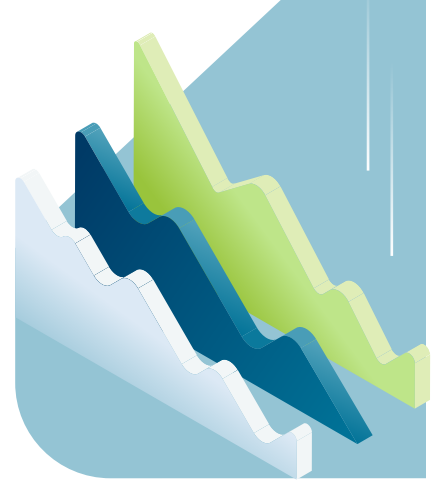
مستوى الدخل



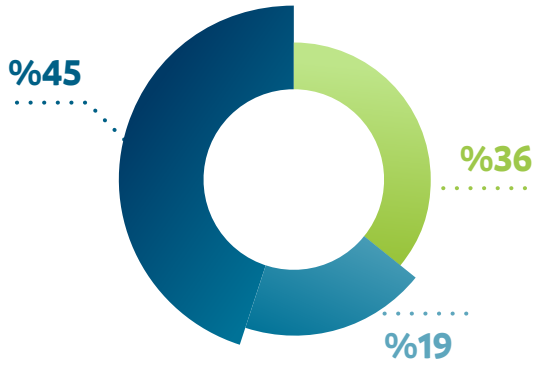
الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

2-2-6 مستوى الطلب على خدمات الخياطة

على مدى 3 أشهر 84% من المجيبين احتاجوا كلتا الخدمتين الخياط النسائي والرجالي يليهم 56% احتاجوا للخياط الرجالي فقط، كما أفاد 45% منهم بأنهم احتاجوا الذهاب للخياطين من مرة إلى مرتين خلال الثلاثة أشهر الماضية.



عدد مرات الاستفادة من الخدمة

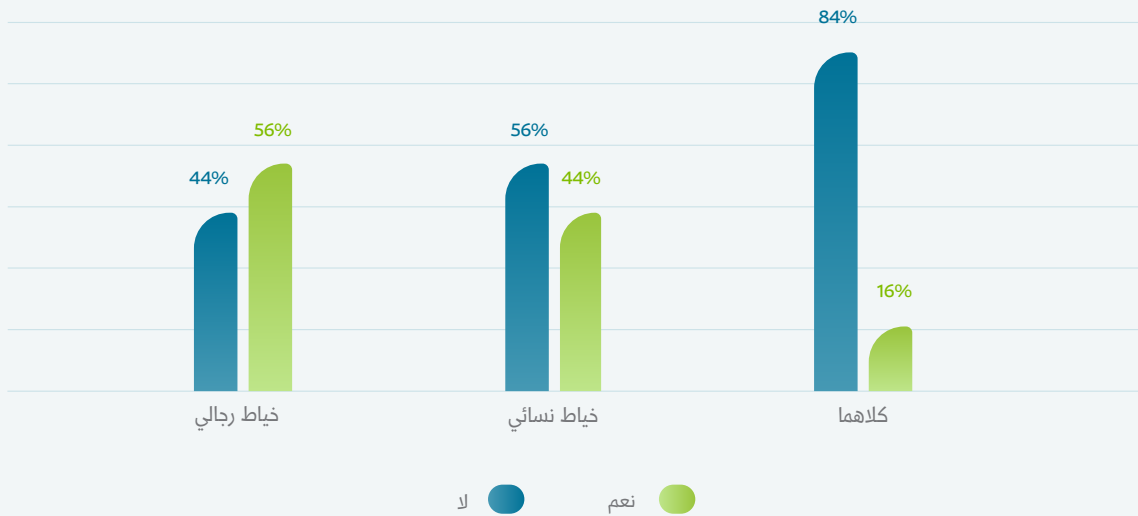


مرة - مرتين

أقل من مرة

غير محدد (بحسب الحاجة)

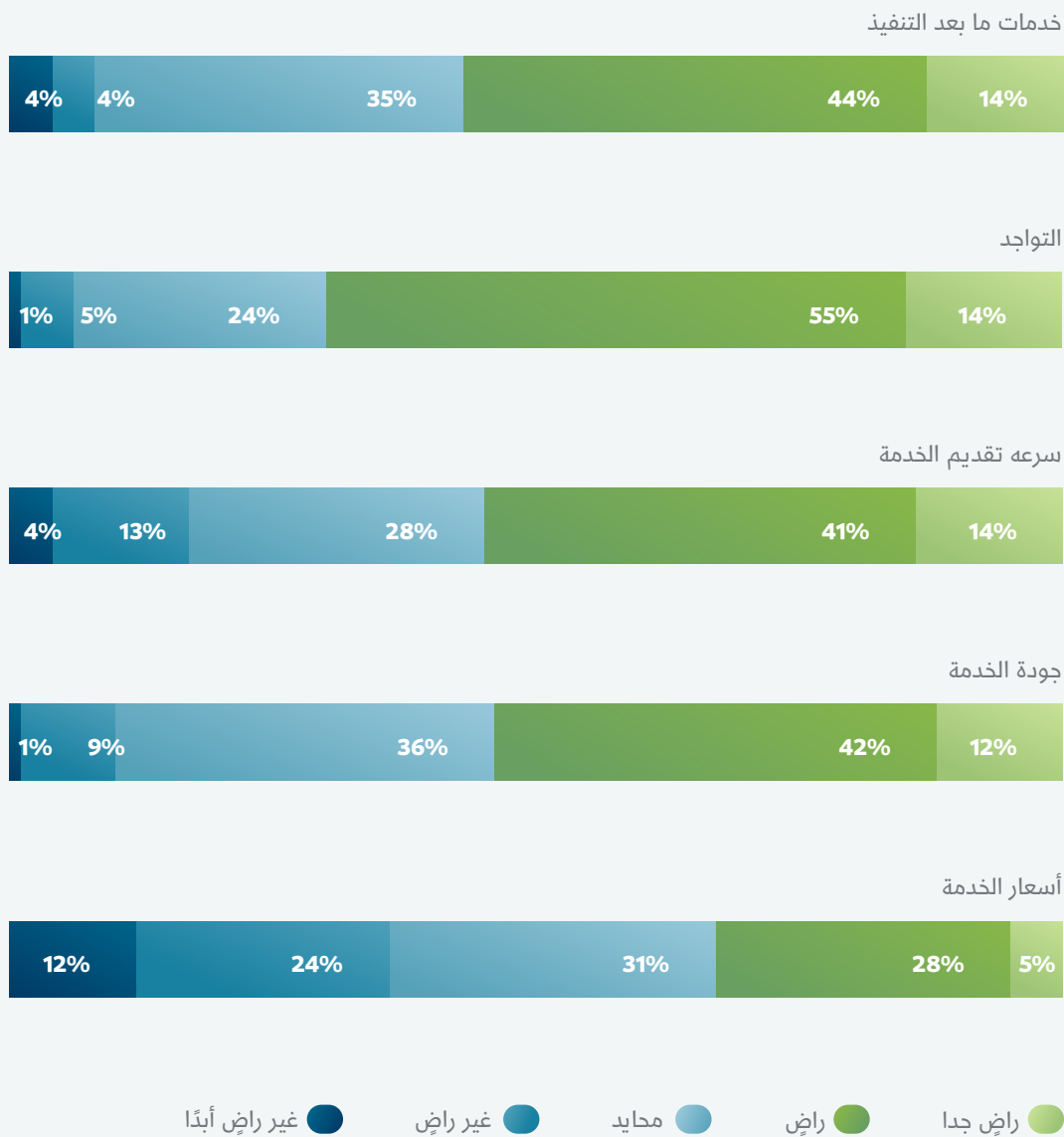
احتياج الخدمات خلال ثلاث شهر



هل احتجت هذه الخدمات خلال الثلاث أشهر الماضية ؟
كم مره في الثلاث أشهر الماضية احتجت للذهاب للخياطين حسب التقريب ؟
كم كانت قيمة ما أنفقتة على خدمة الخياطين في آخر شهر حسب التقريب

6-2-3 مستوى رضا المستهلكين على خدمات منشآت الخياطة

69% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمة الخياطين من ناحية التواجد، يليهم 58% كانوا راضيين عن خدمات ما بعد التنفيذ. بينما 36% أفادوا بأنهم غير راضيين عن أسعار الخدمة، كذلك 17% أبدوا عدم رضاهم عن سرعة تقديم الخدمة.

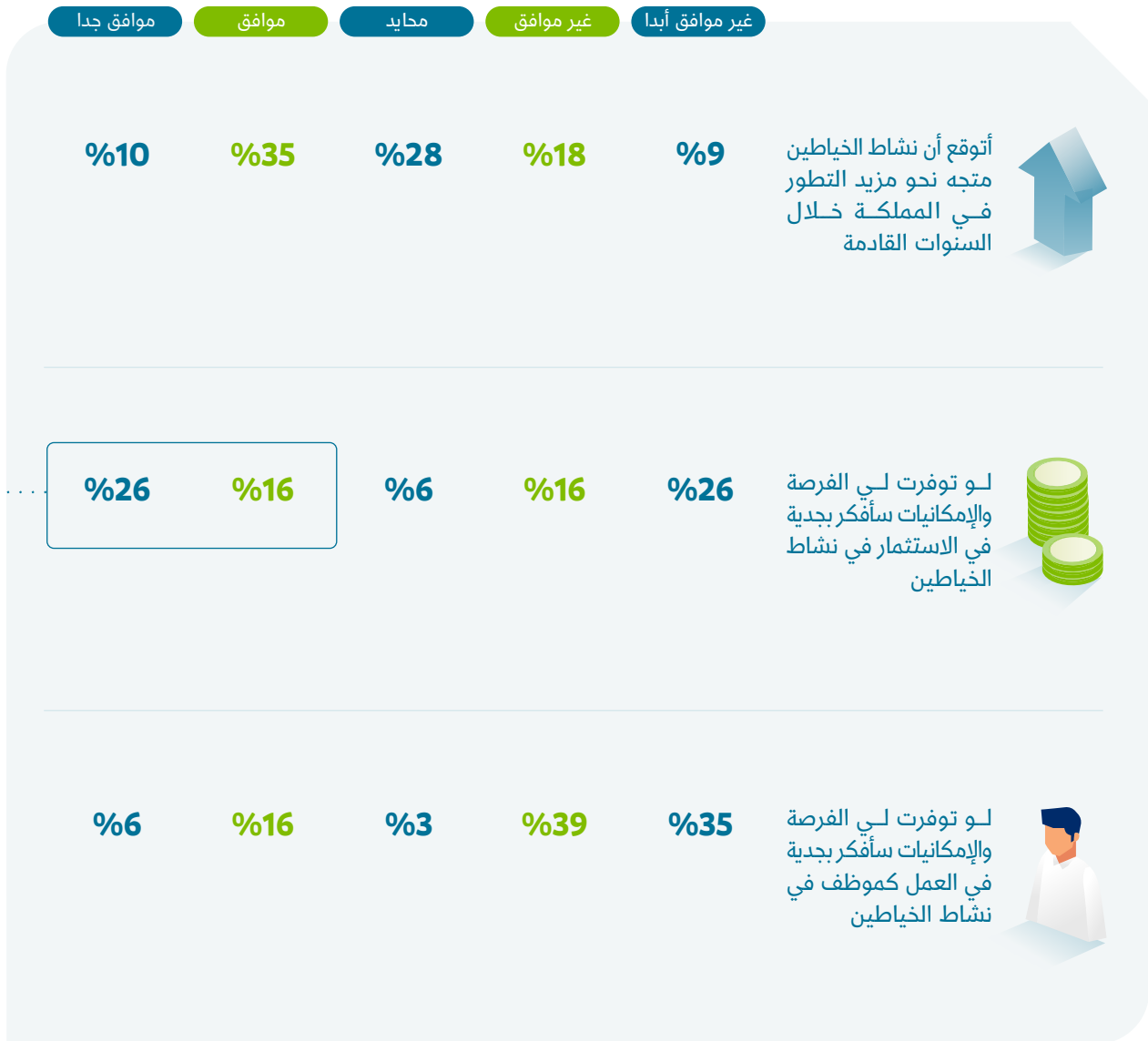


حجم العينة=565

ما مدى رضاك عن خدمات الخياطين من النواحي التالية: أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعته تقديم الخدمة، خدمة التوصيل، تواجد محلات الغسيل والكي (1 غير راضي أبداً و 5 راضي جداً)

6-2-4 توقعات المستهلكين لمستقبل سوق خدمات الخياطة

45% يتوقعون بأن نشاط الخياطين غير متجه نحو مزيد التطور في المملكة خلال السنوات القادمة، 42% يفكرون بالاستثمار في النشاط حيث 44% منهم يرغبون الاستثمار في نشاط الخياط الرجالي بينما 44% يرغبون الاستثمار في كلا النشاطين الرجالي والنسائي. 74% من المجيبين لا يرغبون بالعمل في هذا النشاط لو توفرت لديهم الفرصة.



نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

كلاهما
44%

خياط نسائي
13%

خياط رجالي
44%

ما مدى موافقتك على هذه الجمل
(1 غير موافق أبداً 5 موافق جداً)

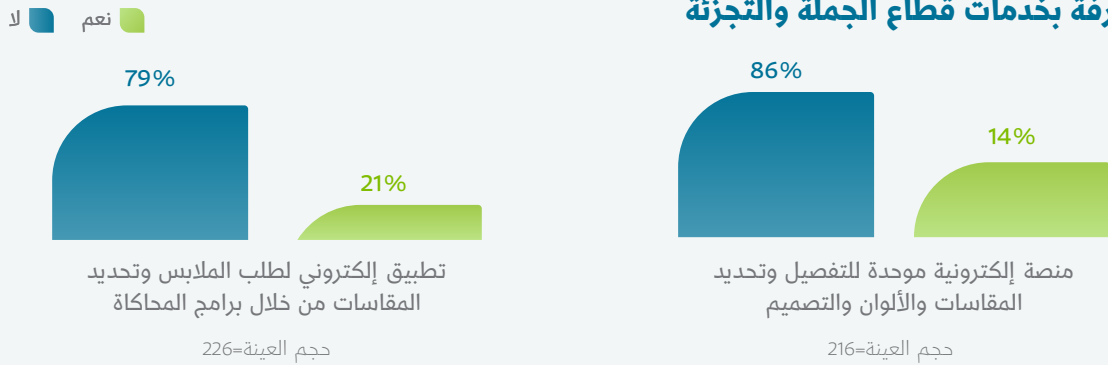
5-2-6 التوجهات الجديدة في سوق خدمات الخياطة

86% من المشاركين ليس لديهم معرفة بالمنصة الإلكترونية الموحدة للتفصيل وتحديد المقاسات والألوان والتصميم، وأيضاً 79% لا يعلمون بوجود تطبيق إلكتروني لطلب الملابس وتحديد المقاسات من خلال برامج المحاكاة، ويعتقد 67% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لهم نوعاً ما ويمكن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد 67% منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

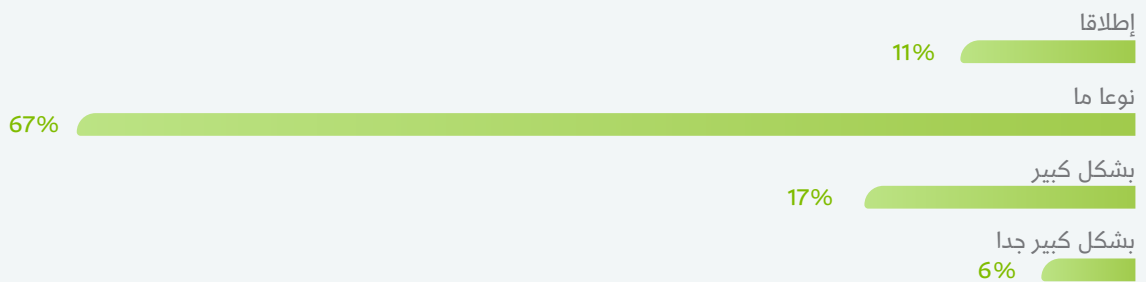
مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



المعرفة بخدمات قطاع الجلالة والتجزئة



مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمات الخياطين التالية :
 في حال الإجابة بنعم (هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك وممكن أن يستهويك كمستهلك؟)
 هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

6-2-6 توصيات ومقترحات المستهلكين لتطوير سوق خدمات الخياطة

أكثر التوصيات كانت على تحسين القطاع يليه تصميم تطبيقات لهذا المجال وكانت أقلها على الرقابة ووجود المنافسين.

المصداقية
بالأسعار
%13

عمالة وخدمة
عملاء جيدة
%15

تصميم تطبيقات
لهذا المجال
%5

تحسين القطاع
%18

توطين المهنة
%2

التوسع
%4

زيادة المحلات
النسائية
%4

الجودة
%13

وجود
المنافسين
%1

الرقابة
%1

التوصيل
للمنازل
%2

شكرًا لكم

