



# أنشطة الخدمات الأخرى

# المحتويات

2

## المؤشرات الاقتصادية لأنشطة الخدمات الأخرى

4

## أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

أداء سوق أنشطة تصفيف الشعر  
 وأنواع التجميل الأخرى

1-4

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

2-4

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

3-4

6

## أنشطة خدمات الخياطة

دراسة سوق خدمات الخياطة من  
وجهة نظر أصحاب المنشآت

1-6

دراسة سوق خدمات الخياطة من  
وجهة نظر المستهلكين

2-6

1

## نبذة عن التقرير

3

## أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

أداء سوق إصلاح أجهزة الحاسوب  
والسلع الشخصية والمنزلية

1-3

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

2-3

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

3-3

## أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

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

1-5

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

2-5

الجزء الأول

# نبذة عن التقرير



.....

# ١-١ أهداف ومنهجية التقرير

## عن منشآت

أُنشئت 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، وتنوع 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 والفنوي للمنشآت، ومساندتها في تنمية قدراتها الإدارية والفنية والمالية، والتيسيرية، 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 الازمة لتنمية المنشآت ودعمها، إضافة إلى إنشاء مراكز خدمة شاملة للمنشآت بإصدار جميع المتطلبات النظامية وإلكترونية للجهات العامة خلال المشاركة الفعلية والإلكترونية للجهات العامة والخاصة ذات العلاقة.



## الأهداف العامة للتقرير

يهدف هذا التقرير بالأساس إلى:

- تقديم معلومات وإحصاءات موثقة تخص أنشطة الخدمات الشخصية المختلفة في المملكة العربية السعودية.
- توضيح حالة السوق وإبراز الفرص المتاحة ورغبات المستهلكين وتفاعلهم وأراء 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 الوعدة 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:

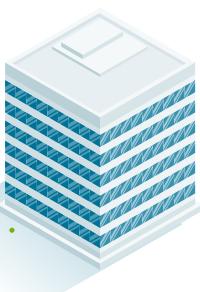
2

بيانات أولية تم جمعها من خلال المقابلات الميدانية باستخدام الاستبيان لعينات تمثيلية من المستهلكين ومن أصحاب منشآت تقديم الخدمات الشخصية.



1

بيانات ثانوية صادرة عن هيئات ومؤسسات سعودية أو عن هيئات ومؤسسات وتقارير دولية موثوقة.



## طرق جمع البيانات أولي ثانوي



## 2-1 محتويات التقرير



عوامل



مؤشرات



بيانات



إحصاءات



معلومات



توصيات



توقعات



تأثيرات



استنتاجات



تحليل

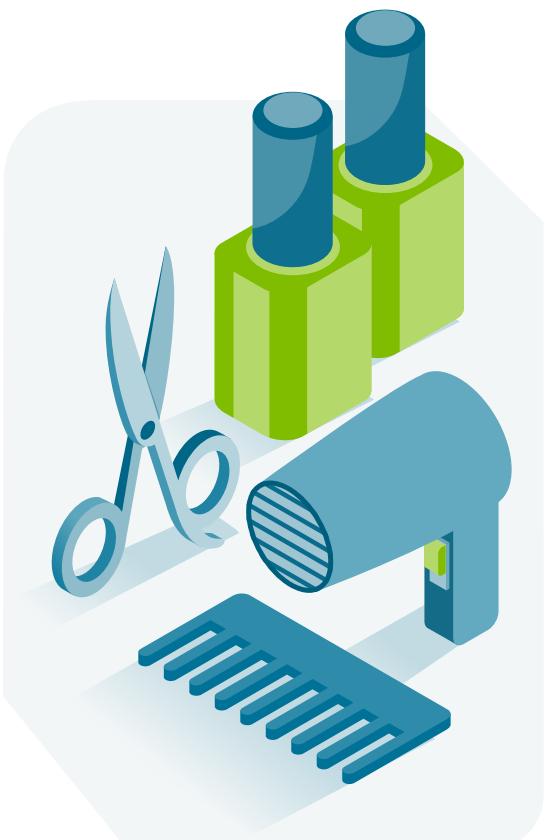
## 3-1 التعريف بالأنشطة المشمولة بالتقرير

### التعريف بالأنشطة



#### 1 أنشطة إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع الشخصية والمنزلية

أنشطة إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع 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 الترتيب الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتكون من 23 نشاطاً فرعياً، مثل إصلاح وصيانة أجهزة الكمبيوتر 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 الصناعي الدولي الموحد للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب الترتيب الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتكون من 4 نشاطة فرعية، مثل صالونات الرجالية والنسائية وأنواع التجميل الأخرى، إلخ.



### 3 أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها

أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها، وهي الأنشطة المنضوية 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 التقسيم الرابع (ISIC4)، وهو باب أنشطة الخدمات الأخرى وتكون من 4 أنشطة فرعية، مثل غسل وتنظيف الملابس والسجاد والستائر والفراء، إلخ.



### 4 أنشطة خدمات الخياطة

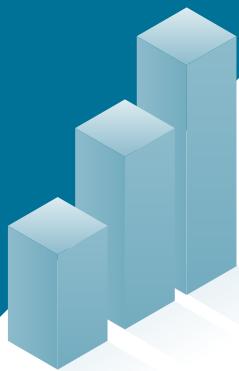
أنشطة خدمات الخياطة مصنفة ضمن دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التقسيم الرابع (ISIC4) كنشاط مستقل يسمى تصليح وتعديل الملابس تحت الرقم 9529.

الجزء الثاني

## المؤشرات الاقتصادية لأنشطة الخدمات الأخرى

٢

## ١-٢ الناتج المحلي لأنشطة الخدمات الأخرى



تشير 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 مليون ريال بالأسعار الثابتة ( $2010=100$ ).

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 التقسيم الرابع (ISIC4). وتشمل أنشطة الخدمات الأخرى أنشطة إصلاح وصيانة الأجهزة الشخصية وكذلك أنشطة العناية الشخصية كصالونات تصفيف الشعر والتجميل ومحلات الغسل والكلي 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



## ٢-٢ العاملون في أنشطة الخدمات الأخرى حسب الجنسية والجنس

مواطنون ▶ %20.8

الربع الثالث ٢٠٢١م

الربع الثاني ٢٠٢١م

**19,405**  
%44.8



**18,342**

**23,974**  
%55.2



**24,139**

وافدون ▶ 79.2%

الربع الثالث ٢٠٢١م

الربع الثاني ٢٠٢١م

**16,083**



**15,780**

**148,807**



**151,749**

إجمالي العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى

الربع الثالث ٢٠٢١م

الربع الثاني ٢٠٢١م

**208,242**

**210,010**

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

الربع الثالث ٢٠٢١م

الربع الثاني ٢٠٢١م

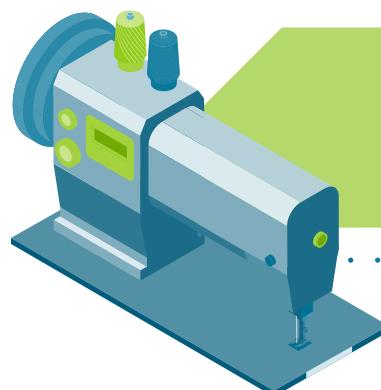
%2.6

%2.6

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 ٢٠٢١م ٢٠٨ ألف عامل، بنسبة ٢.٦٪ من إجمالي العاملين في جميع القطاعات الاقتصادية في المملكة. وتجاوزت أنشطة الخدمات الأخرى العديد من الأنشطة كالتعليم وأنشطة الفنون والترفيه والتسلية والأنشطة العقارية والأنشطة المالية والتأمين وأنشطة المعلومات والاتصالات، من حيث عدد العاملين فيها.

وتُظهر بيانات الربع الثالث ٢٠٢١م أن حوالي خمس عدد العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى (٢٠.٨٪) هم مواطنون سعوديون، منهم ١٩,٤٠٥ من الإناث. عدد العاملات السعوديات في أنشطة الخدمات الأخرى ارتفع بنسبة ٥.٨٪ بين الربعين الثاني والثالث من عام ٢٠٢١م، 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 ٨.٧٣٪ في الربع الثاني ٢٠٢١م إلى ٩.٣١٪ في الربع الثالث من العام نفسه.

من جانب آخر مثل السعوديين الذكور نسبه ١١.٥١٪ من إجمالي الأيدي العاملة في أنشطة الخدمات الأخرى وذلك خلال الربع الثالث من عام ٢٠٢١م. هذه النسبة كانت في حدود ١٠.٨٥٪ 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 ٢٠٣٠.



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

## 3 العاملون في أنشطة الخدمات الأخرى حسب المنطقة الإدارية

بحسب إحصاءات سوق العمل للربع الثالث من عام 2021م، تتصدر منطقة الرياض قائمة المناطق الإدارية للمملكة من حيث عدد العاملين في أنشطة الخدمات الأخرى، وذلك بنحو 97,105 عاملًا 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 تشغّل نسبة قليلة من الأيدي العاملة في أنشطة الخدمات الشخصية، حيث أنها لم تتجاوز 3.3% في أفضل الحالات. وهو ما يعني أنها لا تزال مناطق ذات قابلية تشغيلية عالية في مجالات الخدمات الشخصية المختلفة كصالونات الحلاقة ومحلات الخياطة والمغاسل ومحلات إصلاح الجوالات والحواسيب الشخصية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية الشخصية.

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

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.



## ٤-٢ 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 44-25 عاماً.

أما الفئة الشبابية التي يتراوح عمرها بين 15 و 24 عاماً فعدها في حدود 14,873 عاملأً، 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.

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

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

الجزء الثالث

# أنشطة إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

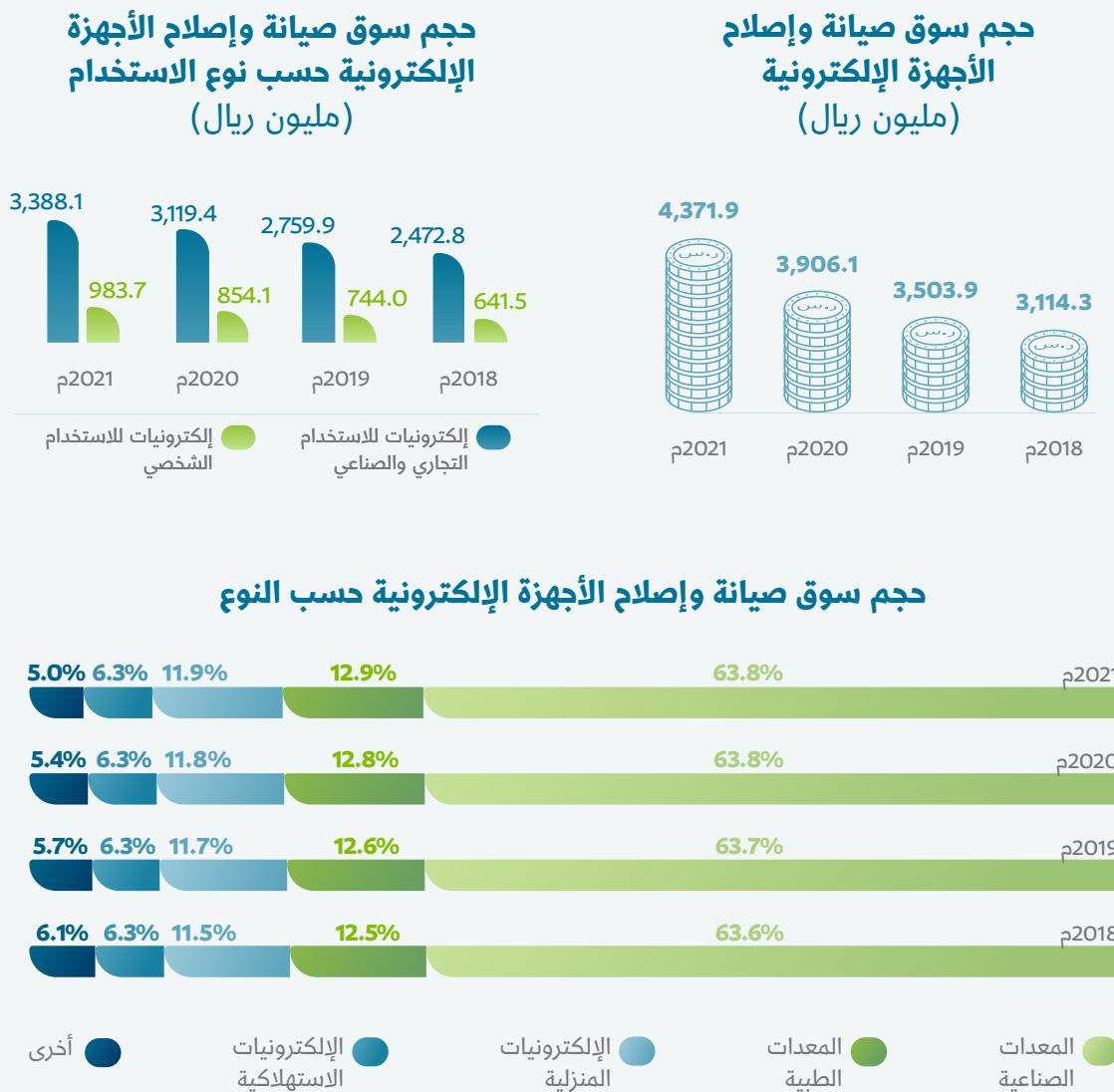
3

٣

١-٣

أداء سوق إصلاح أجهزة  
الحاسوب والسلع  
الشخصية والمنزلية

## ١-١-٣ حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية



شهد السوق السعودي لصيانة وإصلاح الأجهزة الإلكترونية تطويراً مستمراً خلال السنوات الأربع الأخيرة، ليبلغ حجم المعاملات فيه نحو ٤,٣٧١.٩ مليون ريال في عام ٢٠٢١م، محققاً نمواً سنوياً يقدر بـ ١٢% كمعدل سنوي للفترة ٢٠١٨م-٢٠٢١م.

يشمل هذا السوق صيانة وإصلاح جميع أنواع الأجهزة الإلكترونية، ولكن حوالي ٧٧.٥% من حجم المعاملات فيه في عام ٢٠٢١م كانت تخص الأجهزة الإلكترونية ذات الاستخدام التجاري والصناعي كالآلات 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 إلكترونيات الاستهلاكية وصل في عام ٢٠٢١م إلى ٩٨٣.٧ مليون ريال، وقد حقق بدوره نمواً سنوياً بنسبة ١٥.٣% للفترة ٢٠١٨م-٢٠٢١م.

صيانة وإصلاح الإلكترونيات الأخرى كالأجهزة الرقمية والأجهزة الضوئية والإلكترونيات الدقيقة، إلخ، لم تمثل في عام ٢٠٢١م إلا ٥% من حجم السوق ككل وذلك بقيمة معاملات بلغت ٢١٨.٦ مليون ريال.

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

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



حجم سوق إصلاح وصيانة الإلكترونيات الاستهلاكية  
(مليون ريال)

277.0

246.8

220.8

195.8

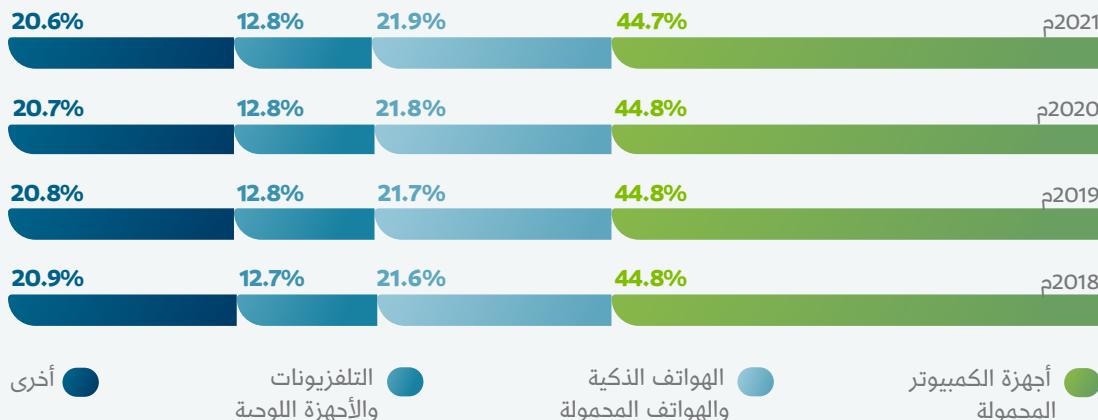
٢٠٢١

٢٠٢٠

٢٠١٩

٢٠١٨

حجم سوق صيانة وإصلاح الإلكترونيات الاستهلاكية حسب النوع



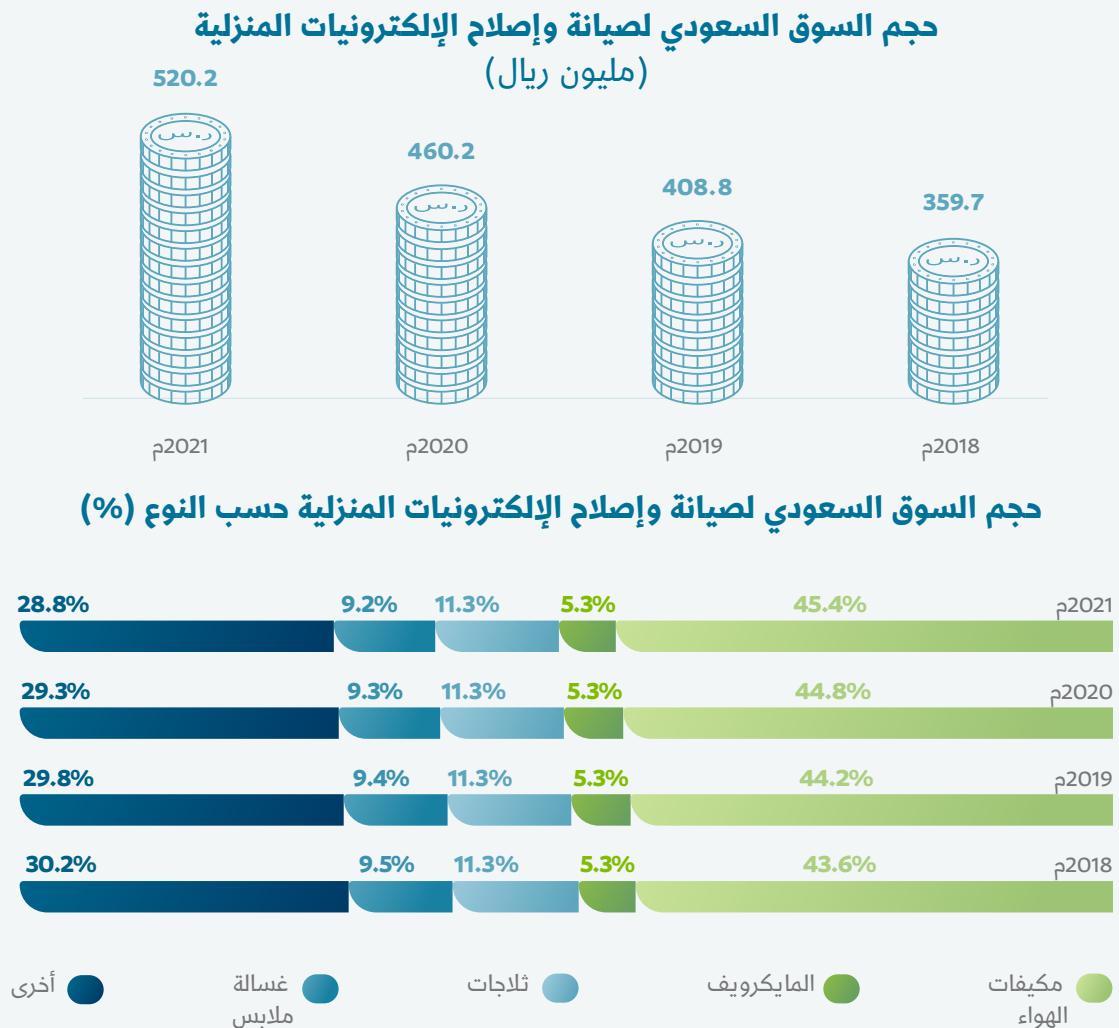
في عام 2021، بلغ حجم السوق السعودي لصيانة وإصلاح الإلكترونيات الاستهلاكية الشخصية كأجهزة الكمبيوتر المحمول والهواتف والتلفازات والأجهزة اللوحية، إلخ، ما يناهز الـ 277 مليون ريال. وقد شهد نمواً بنسبة 12.3% كمعدل سنوي للفترة 2018-2021.

نسبة كبيرة من المعاملات في هذا السوق، تتصل بصيانة وإصلاح أجهزة الكمبيوتر المحمول التي تمثل ما يقرب عن 45% من حجم السوق ككل. تأتي في المرتبة الثانية خدمات صيانة وإصلاح الهاتف بجميع أصنافها بحجم معاملات بلغ 60.7 مليون ريال في عام 2021 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 ٥٢٠.٢ مليون ريال. وقد شهد نمواً بنسبة ١٣% كمعدّل سنوي للفترة 2021-2028م.

نسبة كبيرة من المعاملات في هذا السوق، تتصل بصيانة وإصلاح مكيفات الهواء، والتي تمثل ما يقرب عن ٤٥% من حجم السوق ككل.

نحو ٢٩% 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 ٥٨.٨ مليون ريال في عام 2021م، ومثلت نسبة ١١.٣% 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 ٩% من إجمالي السوق، وهو يتجاوز سوق صيانة وإصلاح الميكروويف بنحو ٤ نقاط على مستوى الأهمية النسبية في السوق.

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

# ٣

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.

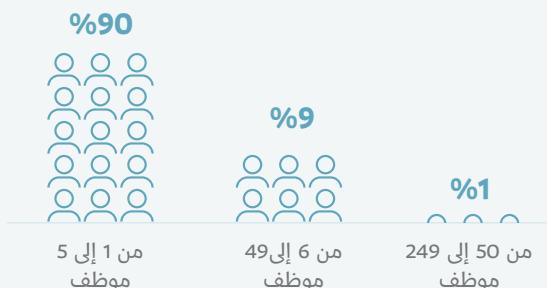
## ١-٢-٣ خصائص عينة منشآت إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع الشخصية والمنزلية



### حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



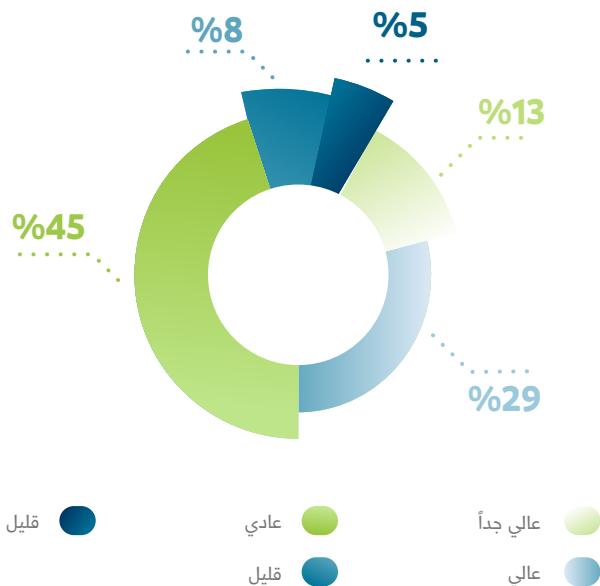
### حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



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



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



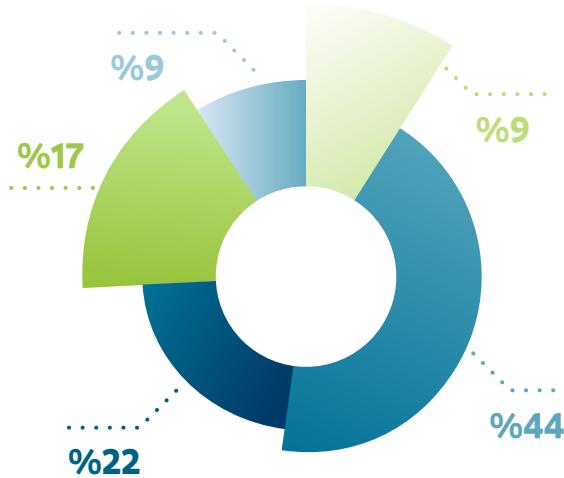
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



حجم العينة=78

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

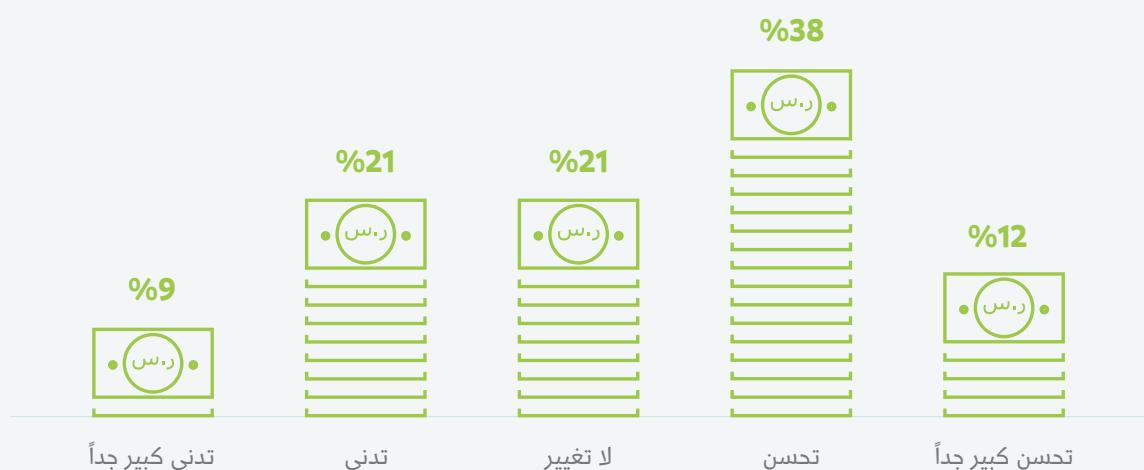
%44 من المنشآت يتوقعون بأن هناك تحسناً كبيراً لنشاطهم خلال الستة أشهر القادمة، كما أن %38 منهم يتوقعون بأن الوضع المالي سوف يتحسن.



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

تدني كبير جداً      لا تغيير      تحسن كبير جداً  
تدني      تحسن

كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي  
لمنشأتك خلال الـ6 الأشهر المقبلة؟



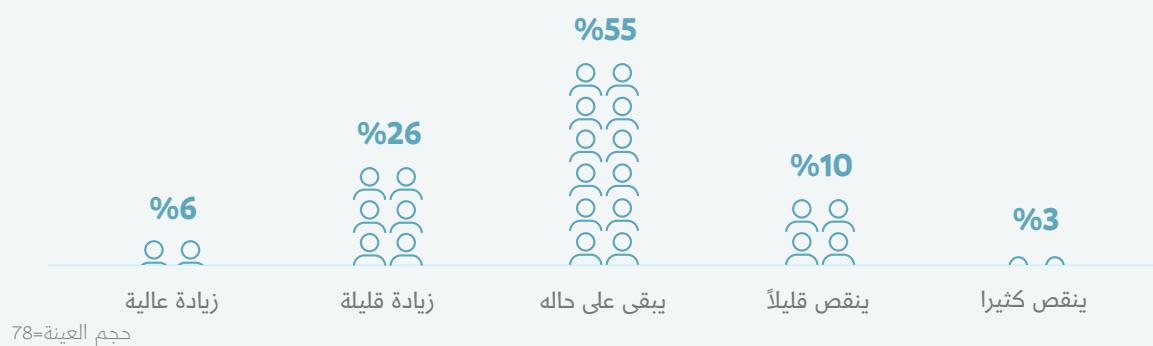
حجم العينة=78



## 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.

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



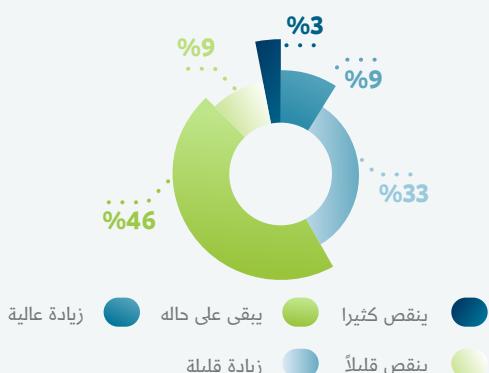
## 5-2-3 مؤشر التضخم في خدمات منشآت إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية

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

كيف تتوقع أن تغير 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



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

82% 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.



دجم العينة=78

ما تقييمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

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

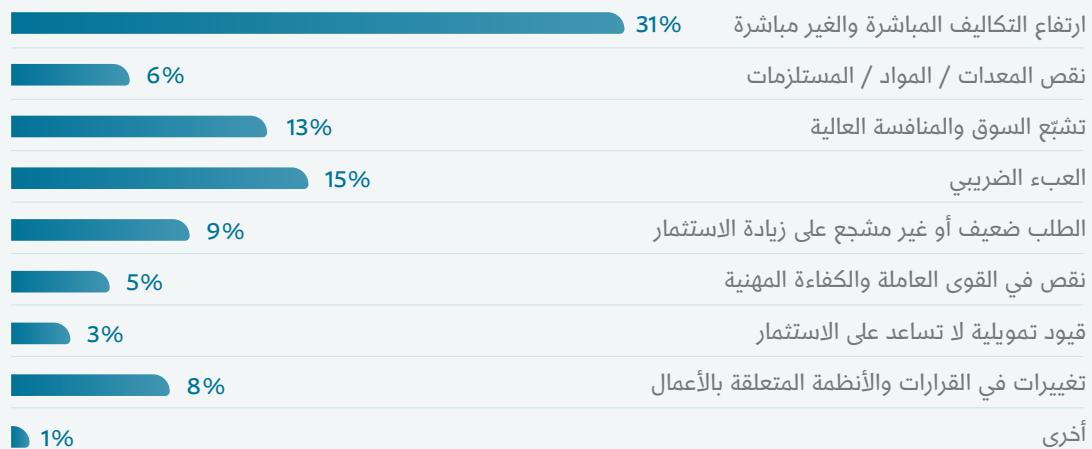


ما هي تلك الخطط؟



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

ما هي 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 تتوافق على العبارات التالية تجاه نشاطك. حيث 1 لا أوفق تماماً و 5 موافق تماماً



النطاق التقييمي: لا أوفق تماماً (أزرق) لا أوفق (أزرق فاتح) محاب (أزرق متوسط) موافق (أخضر) موافق تماماً (أخضر فاتح)

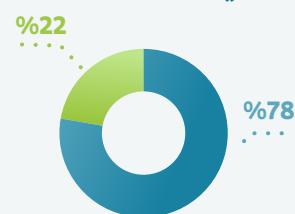
## 10-2-3 التوجهات الجديدة في سوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية من وجهة نظر أصحاب المنشآت



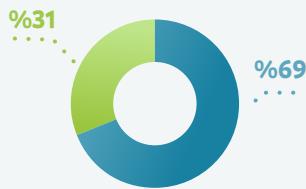
هل سبق وسمعت عن منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة؟



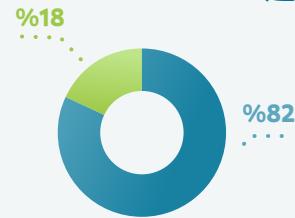
هل سبق وسمعت عن تقديم خدمات الصيانة المنزلية للأجهزة الإلكترونية، أو محل صيانة متنقل؟



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



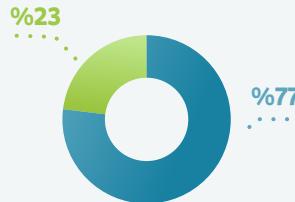
هل تعتقد أن خدمات الصيانة المنزلية للأجهزة الإلكترونية ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



نعم لا

## 11-2-3 التوصيات والمقترنات 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 المؤثرة المتعلقة بالحجم الحقيقي لسوق إصلاح أجهزة الحاسوب والسلع الشخصية والمنزلية حتى يتمكن أصحاب الأعمال والمستثمرين من بناء استراتيجياتهم وخططهم الاستثمارية على أساس صحة.



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.



إصدار 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 والمخالفات واعتمادها فقط في حال تكرار المخالفة.

# ٣

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 رضائهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقترناتهم في هذا المجال.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

### ١-٣-٣ عينة المستهلكين لخدمات إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع الشخصية والمنزلية

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



حجم العينة=456

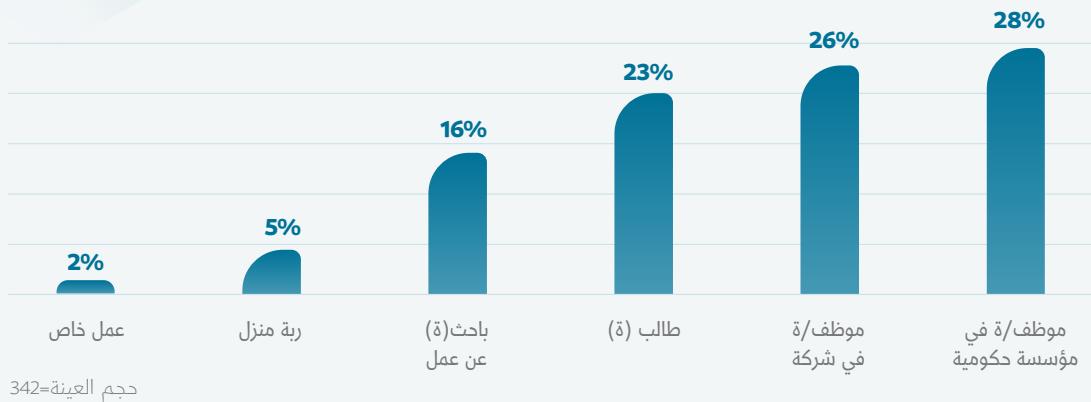


جنس المجيب، المنطقة، العمر

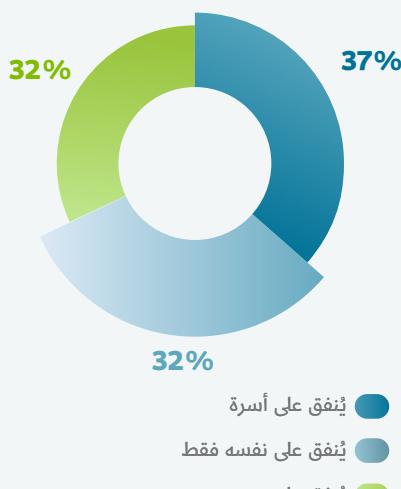
أكبر المحبين كانوا من موظفي القطاع الحكومي وموظفي الشركات يليهم الطلاب، %34 من المحبين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (3001-7000) ريال، وكان %37 منهم ينفق على أسرة بينما تساوت النسبة للذين ينفقون على أنفسهم أو ينفق عليهم.



### الحالة الوظيفية



### أسلوب الإنفاق



### مستوى الدخل

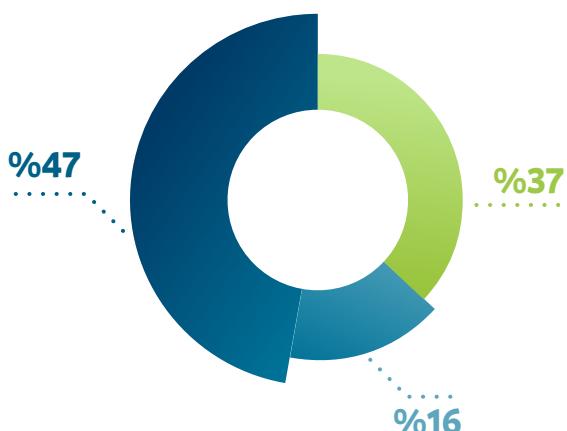


الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

## 3-2-3 مستوى الطلب على خدمات إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع الشخصية والمنزلية

خلال الستة الأشهر 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 الكمبيوتر المحمول بينما 91% لم يحتاجوا لصيانة الكمبيوتر المكتبي

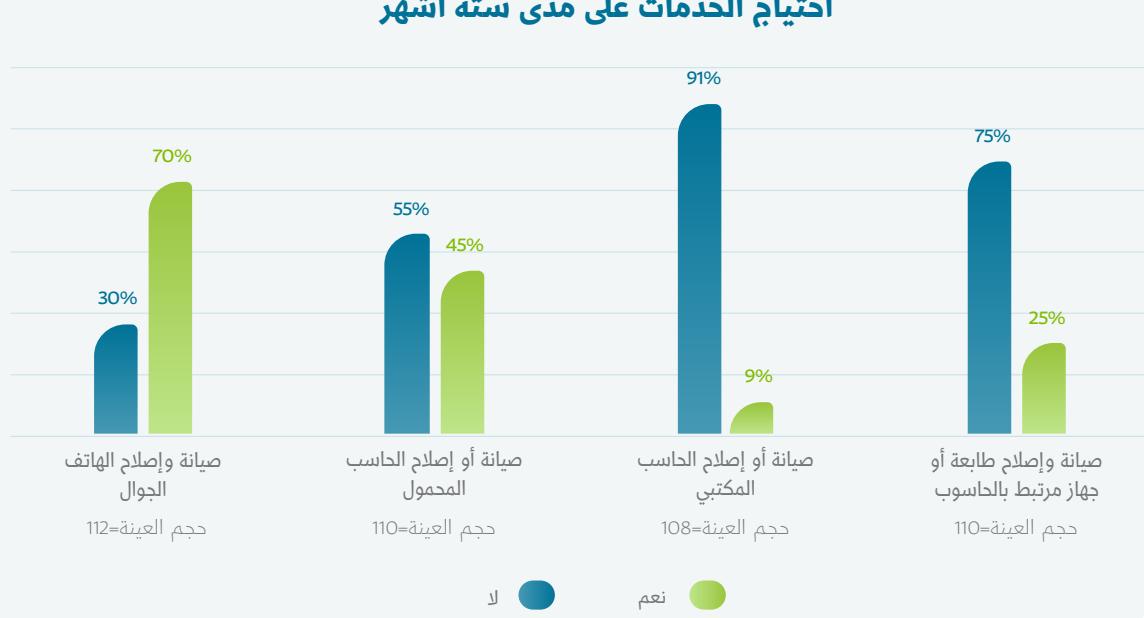
أفاد 47% من المشاركون بأنهم يحتاجون لخدمة صيانة وإصلاح الحواسيب والهواتف من مرة إلى مرتين في السنة بينما 37% لم يحددوا بل كان بحسب الحاجة



**عدد مرات الاستفادة من الخدمة**

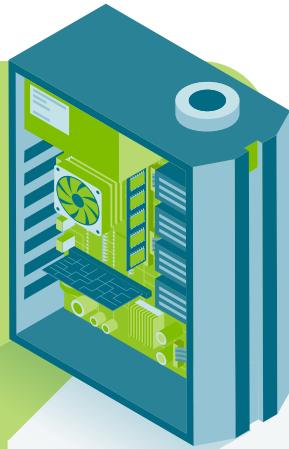
مره - مرتين      أقل من مره      غير محدد (بحسب الحاجة)

حجم العينة=171



هل احتجت هذه الخدمات خلال الستة الأشهر الماضية ؟  
كم مره في السنة تحتاج لخدمة صيانة وإصلاح الحواسيب والهواتف حسب التقرير؟

### 3-3-3 احتياجات المستهلكين لخدمات إصلاح أجهزة الكمبيوتر والسلع الشخصية والمنزلية

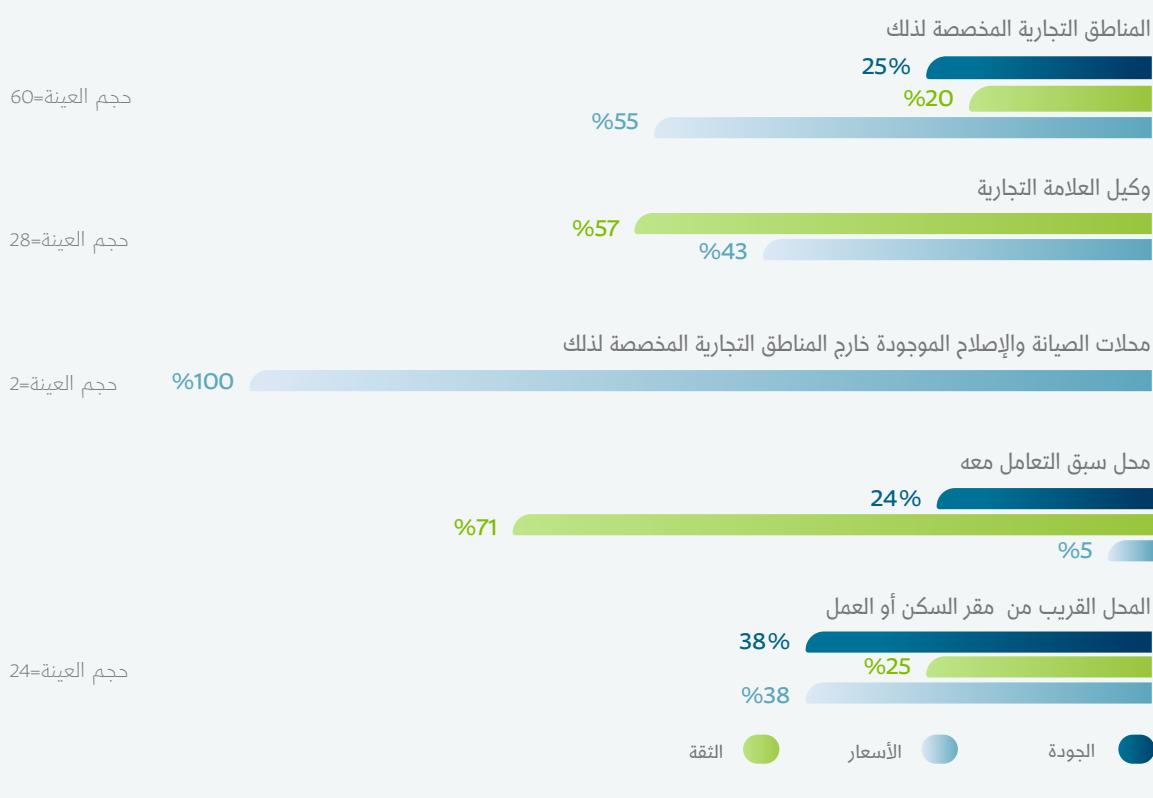


37% من المشاركين يفضلون صيانة وإصلاح أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف الجوال عند محلات التي سبق لهم التعامل معها، والأغلبية منهم (71%) أرجوا أن سبب هذا التفضيل هو الثقة، و35% ذكروا بأنهم يفضلون المناطق التجارية المخصصة لذلك، وأرجح النصف منهم تقريراً بأن سبب هذا التفضيل هو الأسعار.

#### طريقة الخدمة المفضلة



#### سبب التفضيل



أين تفضل صيانة وإصلاح أجهزة الكمبيوتر أو الهاتف الجوال  
ما هو السبب وراء هذا التفضيل؟

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

81% من المشاركون أبدوا رضاهم عن خدمة إصلاح الهوائيات والهواتف من ناحية جودة الخدمة وتواجد محلات الإصلاح، يليهم 70% كانوا راضين عن الضمان بعد الخدمة وتوفّر قطع الغيار.



أسعار الخدمة



جودة الخدمة



سرعه تقديم الخدمة



الضمان بعد الخدمة



توفّر قطع الغيار



تواجد محلات الإصلاح



غير راض أبداً

غير راض

محايد

راضٍ

راضٍ جداً

حجم العينة=57

ما مدى رضاك عن خدمات صيانة وإصلاح الهوائيات والهواتف من التوالي:

أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعه تقديم الخدمة، الضمان بعد الخدمة، توفّر قطع الغيار، تواجد محلات الإصلاح. (1 غير راضي أبداً و 5 راضٍ جداً)

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

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

موافق جداً

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق أبداً

%25

%54

%16

%5

أتوقع أن نشاط إصلاح  
الهواتف والجولات  
متوجه نحو مزيد التطور  
في المملكة خلال  
السنوات القادمة

حجم العينة=228



%39

%41

%16

%4

أتتوقع أن توطين الوظائف  
في هذا النشاط سيساهم  
في تحسين الخدمات في  
هذا النشاط

حجم العينة=224



%11

%32

%22

%24

%11

لو توفرت لي الفرصة  
والمكаниيات سأفكّر بجدية  
في الاستثمار في نشاط  
صيانة وإصلاح الهواتف  
والجولات

حجم العينة=185



%19

%19

%24

%19

%19

لو توفرت لي الفرصة  
والمكانييات سأفكّر بجدية  
في العمل كموظّف في  
نشاط صيانة وإصلاح  
الهواتف والجولات

حجم العينة=185



حجم العينة=32

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

صيانة وإصلاح الهاتف المحمول

صيانة وإصلاح الحاسوب المحمول

81%

19%

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

**منشآت**

أنشطة الخدمات الأخرى

monsha'at

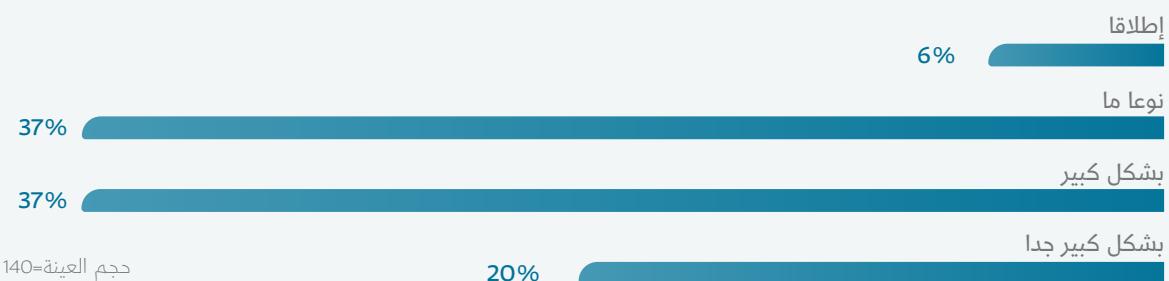
المنشآت لتنمية المجتمع العربي

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



60% من المشاركون 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 وممكن أن يستهویهم كمستهلكين كما يعتقد 40% منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

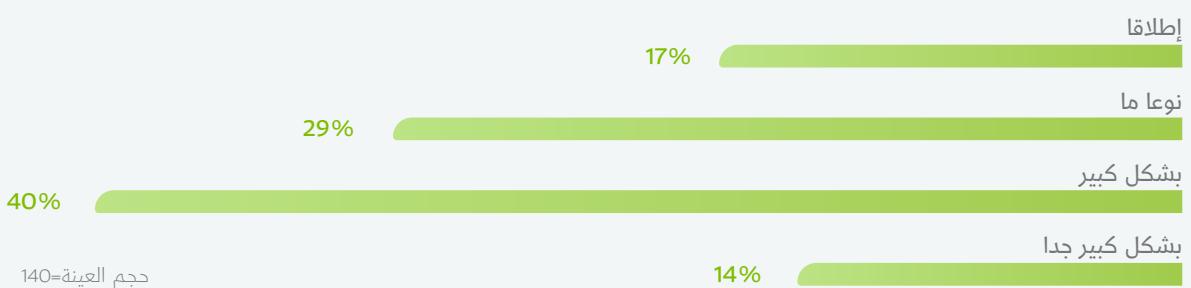
#### مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



#### المعرفة بخدمات إصلاح الحواسيب والهواتف



#### مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



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

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

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



الجزء الرابع

## أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

٤

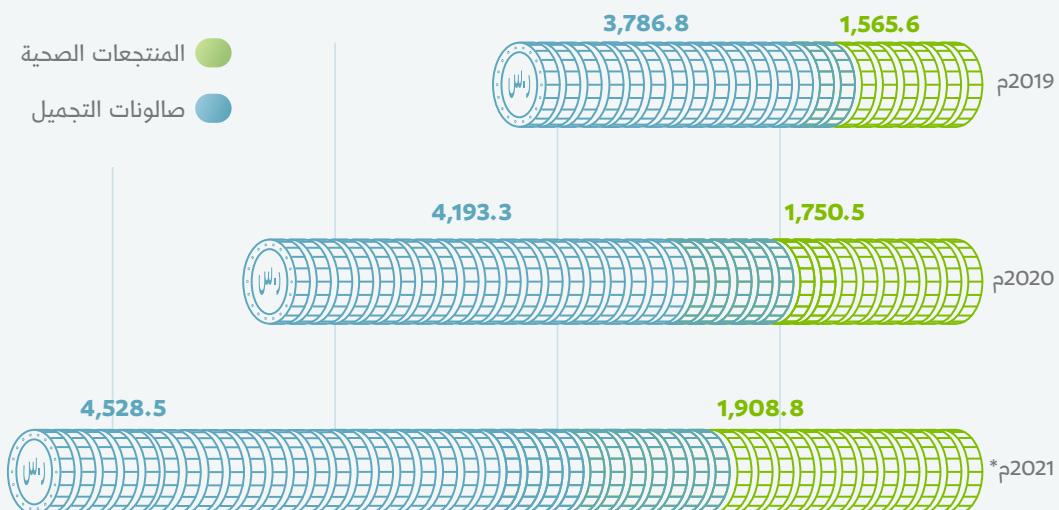
# ٤

١-٤

## أداء سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

## ١-١-٤ حجم السوق السعودي للمنتجعات الصحية وصالونات التجميل

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



تُعد المملكة العربية السعودية من بين أفضل الدول التي تتوفر على منتجعات 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 المنتجعات الصحية وتزايد الطلب على خدمات السبا في الفنادق والمنتجعات الصحية، فضلاً عن توفر العلامات التجارية الدولية، والسلالس الفندقية العالمية، التي أدت إلى تعزيز عروض العلاج في مجموعة متنوعة من الأسعار. حيث قدر حجم المعاملات في هذه المنتجعات الصحية بـ 1,908.8 مليون ريال في عام 2021م، وتحقيق نسبة نمو سنوية تصل إلى 10.4% خلال الفترة 2021-2019م.

على غرار سوق المنتجعات الصحية، شهد السوق السعودي لصالونات التجميل تطويراً ملحوظاً خلال السنوات القليلة الماضية، وفي عام 2021م، قدر حجم المعاملات فيه بما يقارب مرتين ونصف حجم سوق المنتجعات الصحية. وتعتبر صناعة التجميل في المملكة مزدهرة، مدفوعة بالدخل المتزايد المرتفع للفرد السعودي، والوعي المتزايد بالعناية الشخصية، والحضور الكبير للعلامات التجارية لمستحضرات التجميل العالمية، وتوسيع 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 يتوجه 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>

\* متوقع

## ٤-١-٢ حجم السوق السعودي لصالونات التجميل

### حجم السوق السعودي لصالونات التجميل (مليون ريال)

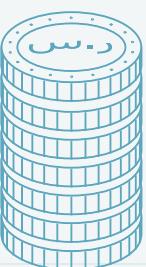


### حجم السوق السعودي لصالونات التجميل (مليون ريال)

4,528.5

4,193.3

3,786.8



\* ٢٠٢١

٢٠٢٠

٢٠١٩

نما حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات التجميل بمعدل سنوي قدره ٩.٣٥٪ خلال العامين الأخيرين ليبلغ ٤,٥٢٨.٥ مليون ريال بحسب التقديرات لعام ٢٠٢١.

وتقدم هذه الصالونات مجموعة متنوعة من الخدمات مثل خدمات العناية بالوجه والبشرة، خدمات العناية بالشعر، إزالة الشمع وكذلك خدمات العناية بالأظافر، إلخ، وقد أدىت العديد من العوامل المجتمعية والثقافية والسياسية التي أصبحت تميّز 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.

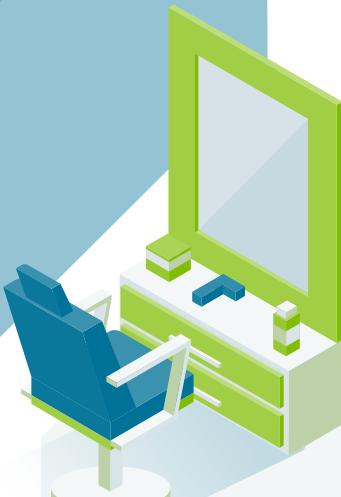
المصدر: 2025 Saudi Arabia Spas and Beauty Salons Market: Prospects, Trends Analysis, Market Size and Forecasts up to saudi-arabia-spas-and-beauty-salons-market/4988205/https://www.researchandmarkets.com/reports

\* متوقع

منشآت

أنشطة الخدمات الأخرى

## 3-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالشعر



حجم السوق السعودي لصالونات العناية بالشعر  
(مليون ريال)



بحسب تقديرات عام 2021م، حقق نشاط صالونات العناية بالشعر أعلى الإيرادات في السوق السعودي لصالونات التجميل بـ1,535.3 مليون ريال، أي ما يعادل 34% من حجم السوق ككل.

تحتل صالونات تصفييف 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 تصفييف 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 تصفييف الشعر ذات الجودة العالمية مرتفعاً، وسيكون للعدد المتزايد من النساء في القوى العاملة في المملكة العربية السعودية تأثير إيجابي على صناعة الصالونات النسائية لتصفييف الشعر والعناية به، مما يفتح آفاقاً جديدة لشراكات استثمارية مع هذه العلامات التجارية العالمية الوافدة على 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>

\* متوقع

## ٤-١-٤ 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 السنين الأخيرتين ليصل إلى 1,302 مليون ريال كتقديرات لعام 2021م. ويعُد 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 التوسيع الكبير في استخدام الإنترن特 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 تمركز كبرى للعلامات التجارية العالمية للعناية بالبشرة التي تجد في المملكة العربية السعودية سوقاً رئيسيًا 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 يعتمدهالاعبون 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>

\* متوقع

## ٥-١-٤ 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، قُدر حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات واكس للجسم بـ 672.4 مليون ريال، وتحقيقه نمو سنوية تُقدر بـ 8.96% للستين 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 ومصففي 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.

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>

\* متوقع

## ٦-١-٤ 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 ٢٠٢١م، قدر حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات العناية وتجميل الأظافر بـ 556.9 مليون ريال، وتحقيقه نمو سنوية بـ 8.73% للستين الأخيرتين.

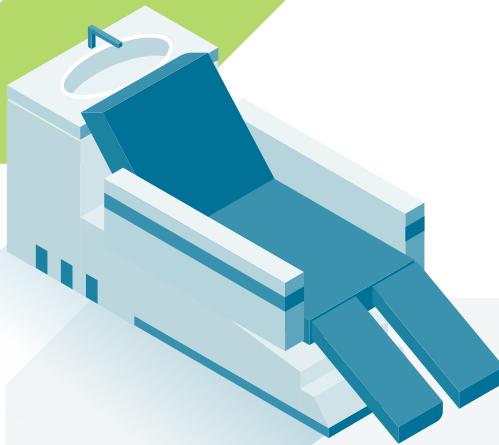
بالمقارنة مع خدمات الصالون الاحترافية الأخرى، يحتل هذا النشاط المرتبة الرابعة من حيث حجم المعاملات في سوق خدمات التجميل والعناية الشخصية بنسبة 12.3%.

كما يتوقع أن تستمر صالونات العناية بالأظافر في الارتفاع بسبب الارتفاع المنتظر في مستوى الطلب على هذه الخدمات من قبل جميع الفئات العمرية للنساء السعوديات، خاصة مع زيادة دخلن المكان واستقلاليتهن على مستوى الإنفاق في الخدمات التجميلية وتوفير 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>

\* متوقع

## 7-1-4 حجم السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى



حجم السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى  
(مليون ريال)



هذه الأنواع من خدمات التجميل الأخرى ستكون مدفوعة بالتقديم التقني وزيادة الإنفاق الإعلاني والعلمة المتنامية في المملكة العربية السعودية، وزيادة الوعي بالعناء الشخصية والجمال.

في عام 2021م، قُدر حجم المعاملات في السوق السعودي لصالونات التجميل الأخرى بـ 462 مليون ريال، وتحقيقه لنسبة نمو سنوية بـ 8.42% للستين الأخيرتين. وهو بذلك يمثل 10.2% من إجمالي حجم المعاملات في سوق خدمات التجميل والعناء الشخصية ككل.

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

\* متوقع

# 4

2-4

## دراسة سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من و جهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق أنشطة تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من و جهة 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 والتطبعات التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## ١-٢-٤ خصائص عينة منشآت تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

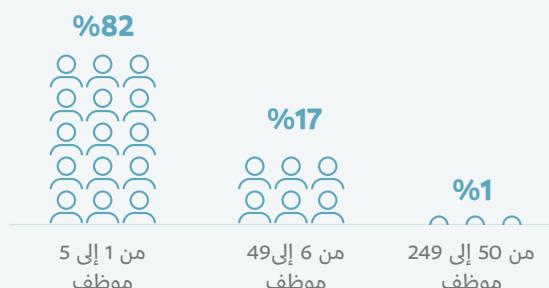


حجم العينة=187

### حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



### حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل )



حجم العينة=187



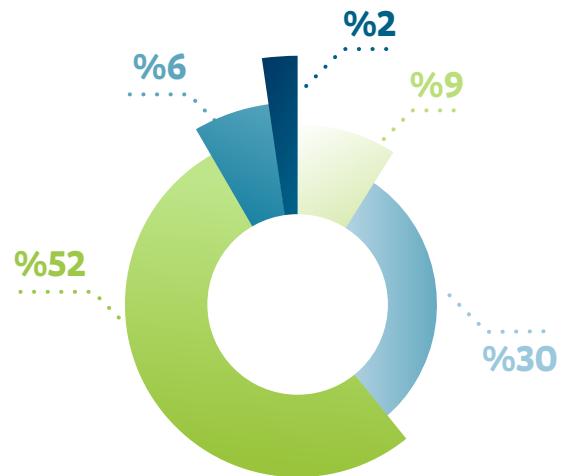
حجم العينة=187

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



قليل جداً عادي عالي جداً   
قليل عالي

كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشآتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



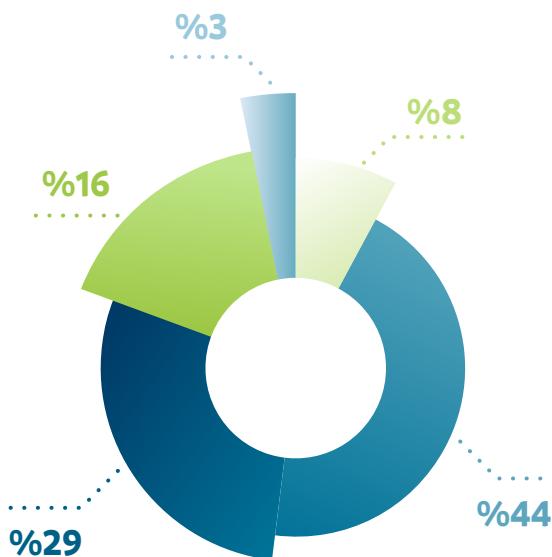
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



=حجم العينة

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

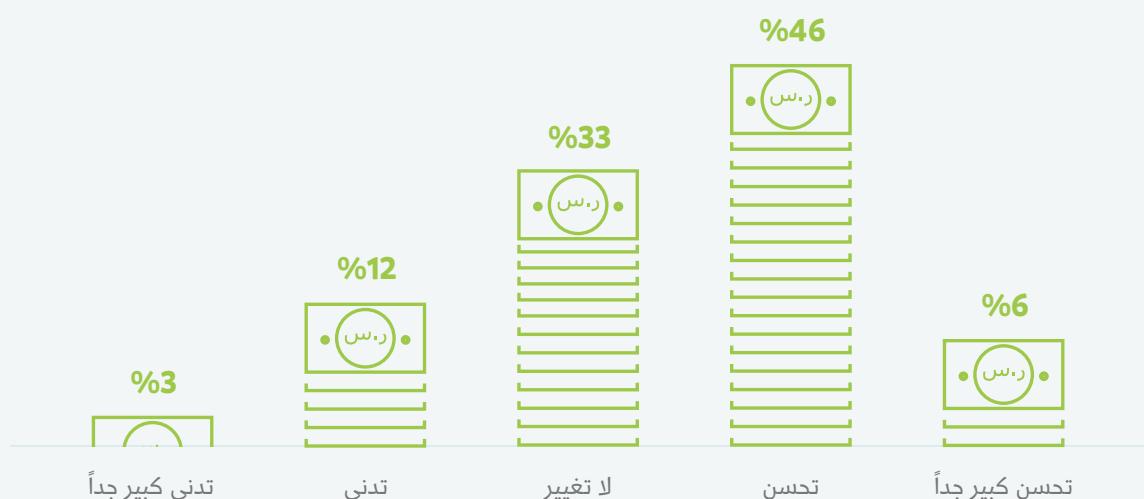
44% من المنشآت يتوقعون بأن هناك تحسن كبير لنشاطهم خلال الستة أشهر القادمة، كما أن 46% منهم يتوقعون بأن الوضع المالي سوف يتحسن.



التوقعات على وضع النشاط خلال ستة أشهر القادمة

التوقع	نسبة (%)
تدني	46%
تحسن	53%

### كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ6 الأشهر المقبلة؟



حجم العينة=187

ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟  
كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ6 الأشهر المقبلة؟



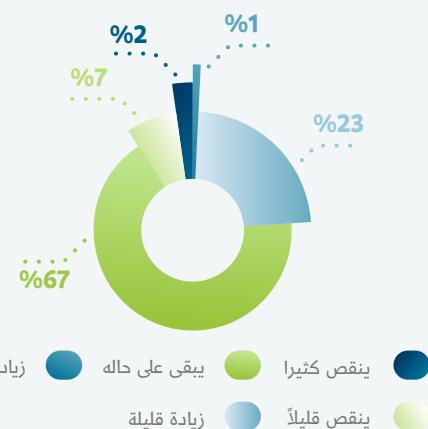
## 4-2-4 مؤشر التضخم في خدمات منشآت تصفييف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

أكثر من 60% من المنشآت يتوقعون بأن أسعار بيع المنتجات أو الخدمات وتكليف 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 تغير تكاليف الإنتاج في منشأتك خلال الأشهر الـ 6 القادمة (بعيًداً عن الرواتب)



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



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

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



حجم العينة=78

## 6-2-4 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على منشآت تصفييف 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



ما تقييمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

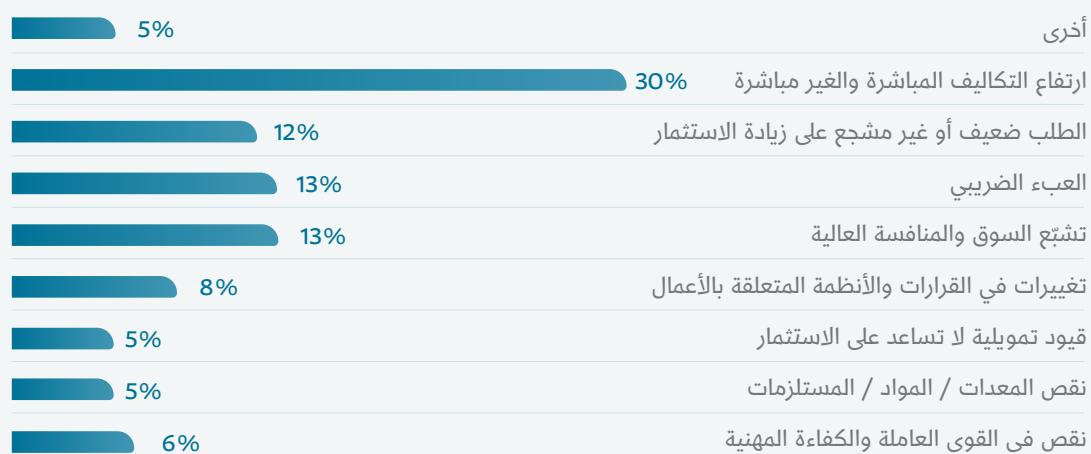
## 7-2-4 خطط تطوير الأعمال لدى منشآت تصفييف الشعر وأنواع التجميل الأخرى



### ما هي تلك الخطط؟



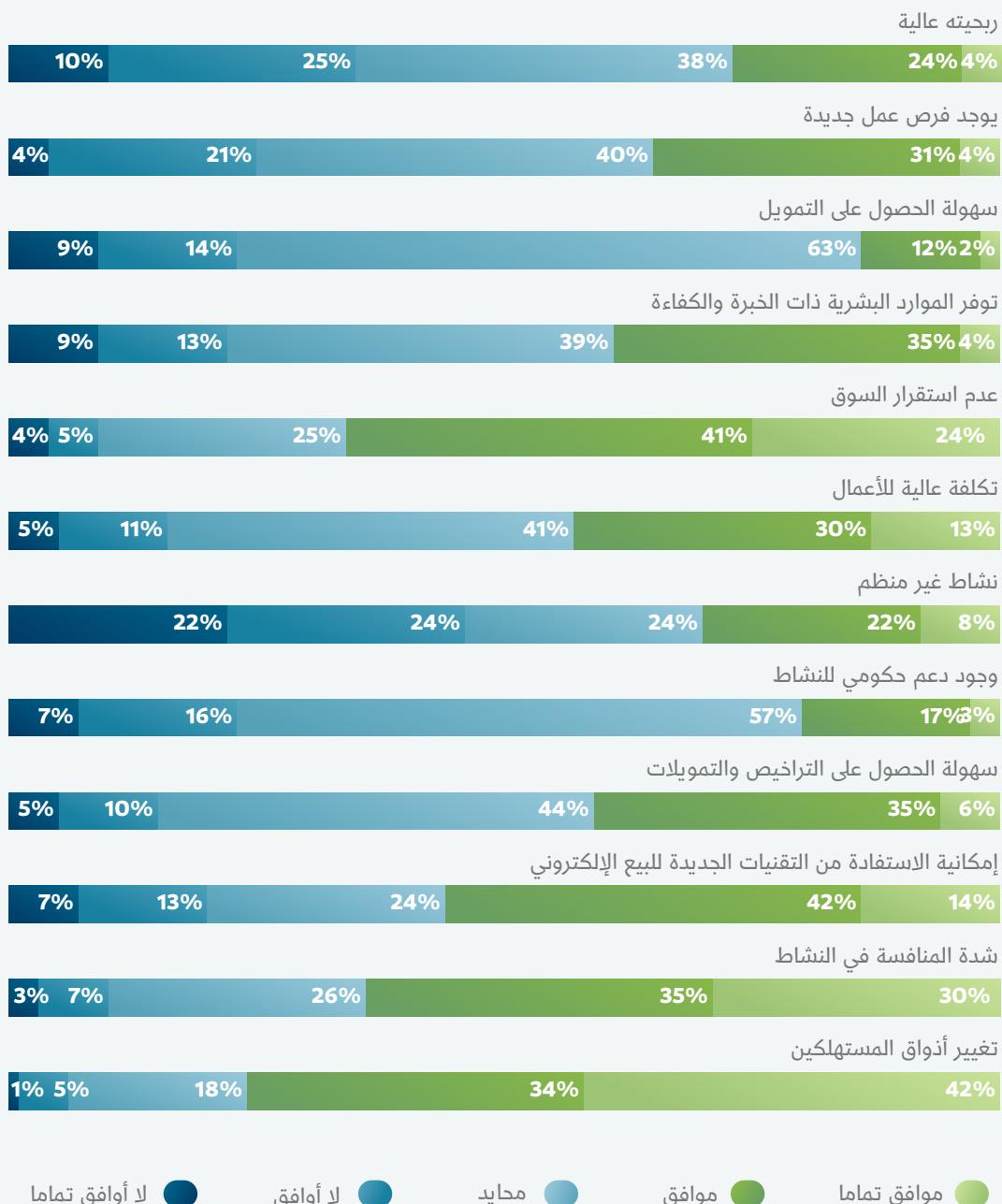
### ما هي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟



حجم العينة=187

## 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 أوفق تماماً و 5 موافق تماماً

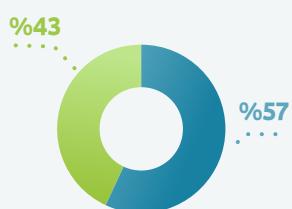


## ٩-٢-٤ التوجهات الجديدة في سوق تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر أصحاب المنشآت

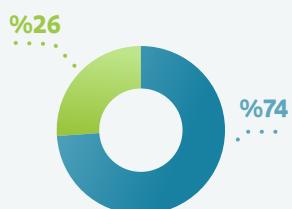
### تطوير الأعمال لنشاط الصالونات والمشاغل



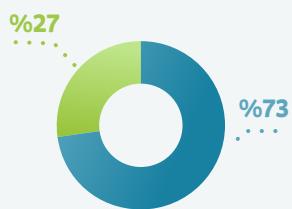
هل سبق وسمعت عن برامج الولاء  
(جمع نقاط للحصول على خدمات أو  
منتجات مجانية)



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



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك  
 شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



هل سبق وسمعت عن تقديم خدمات  
منزلية لكافة خدمات الصالونات  
والحلاقين



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؟



نعم (Yes) لا (No)

# 4

3-4

## دراسة سوق أنشطة تصفييف الشعر وأنواع التجميل الأخرى من وجهة نظر المستهلكين

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

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## ٤-٣-١ 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 وإناث.



جنس المجيب، المنطقة، العمر

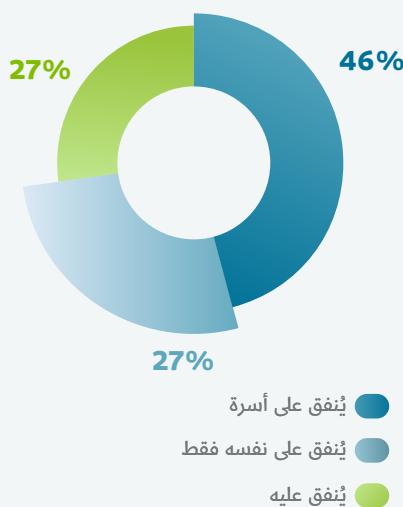
أكثـر المـجـيـبـين كـانـوا مـن موظـفـي القـطـاع الـدـكـوـمـي وـموـظـفـي الشـرـكـات وـ36% مـن المـجـيـبـين يـتـراـوـح مـسـتـوى دـخـلـهـم بـيـن (7000-3001) رـيـال، وـكـانـت نـسـبـة الـذـيـن يـنـفـقـون عـلـى أـسـرـة .%46



### الحالـة الوظـيفـية



### أـسـلـوبـ الإـنـفـاقـ



حجم العينة=339

### مسـتـوى الدـخـلـ

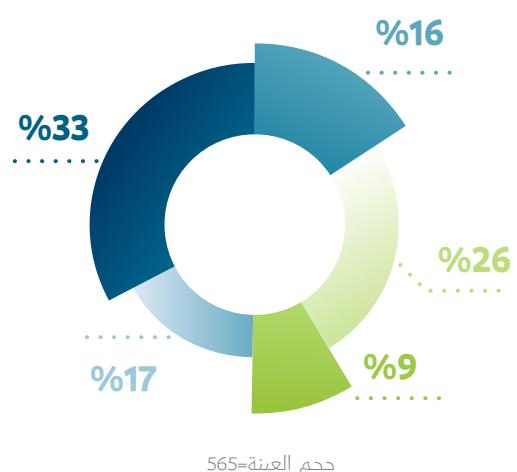


حجم العينة=432

الحالـة الوظـيفـية، مـسـتـوى الدـخـلـ التـشـهـريـ، أـسـلـوبـ الإـنـفـاقـ الـاستـهـلاـكيـ

## ٤-٣-٢-٢ مستوى الطلب على خدمات تصفيف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

قبل شهر من عمل الاستبيان تساوت نسب احتياج المشاركين لكل من الحلاق الرجالـي 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.



**عدد مرات الاستفادة من الخدمة شهرياً**



### احتياج الخدمات خلال شهر



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

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



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

أسعار الخدمة



جودة الخدمة



سرعه تقديم الخدمة



التوارد



نظافة الأدوات المستخدمة



نظافة المكان



غير راض أبداً

غير راض

محايد

راض

راض جداً

حجم العينة=565

ما مدى رضاك عن خدمات الحلاقة والصالون من التوالي: أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعه تقديم الخدمة، التوارد، نظافة الأدوات المستخدمة، نظافة المكان (1 غير راضي أبداً و 5 راضي جداً)

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

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

موافق جداً موافق محايد غير موافق أبداً

%21

%50

%15

%9

%4

أتوقع أن نشاط الصالونات  
والحلاقين متوجه نحو مزيد  
التطور في المملكة خلال  
السنوات القادمة



حجم العينة= 565

%14

%35

%10

%20

%12

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانيات سأفكر بجدية  
في الاستثمار في نشاط  
الصالونات والحلاقين



حجم العينة= 565

%10

%27

%10

%27

%25

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانيات سأفكّر بجدية  
في العمل كموظف في  
نشاط الصالونات  
والحلاقين



حجم العينة= 225

حجم العينة=

نوع النشاط الذي يرغب المدّيب الاستثمار فيه:

غسيل السجاد أو الستائر  
أو المفروشات

50%

غسيل وكي الملابس

50%

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

منشآت  
أنشطة الخدمات الأخرى

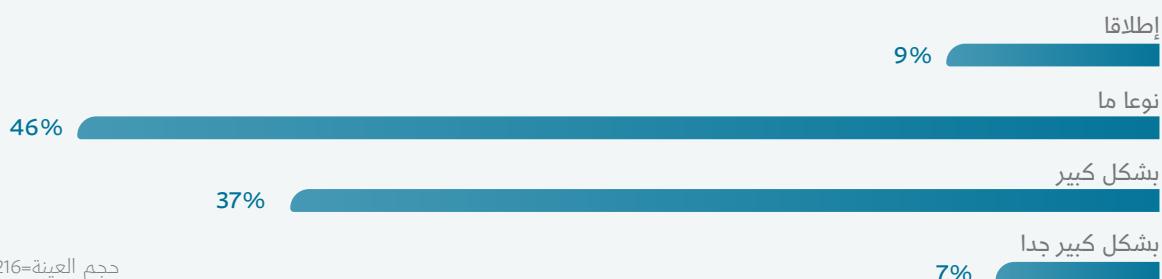
monsha'at  
activities other than those mentioned above

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

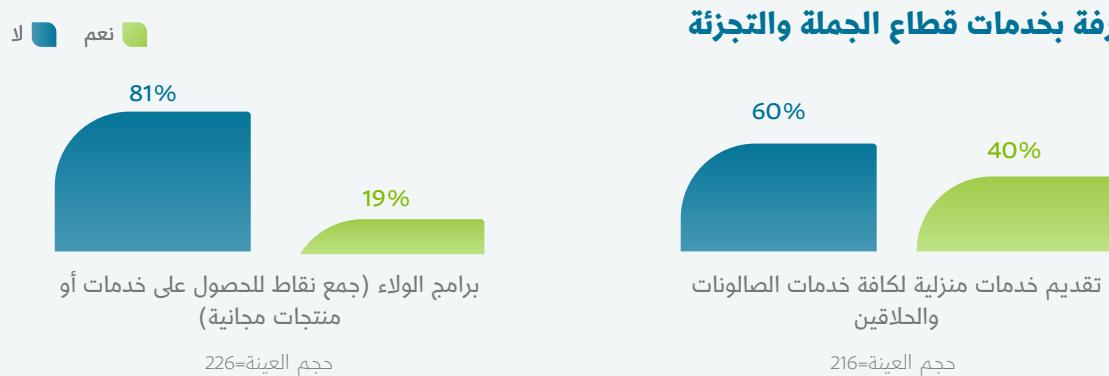


81% من المشاركين ليس لديهم معرفة ببرامج الولاء، وأيضاً 60% لا يعلمون عن تقديم الخدمات المنزلية. ويعتقد 46% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لهم نوعاً ما وممكّن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد 44% منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكّن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

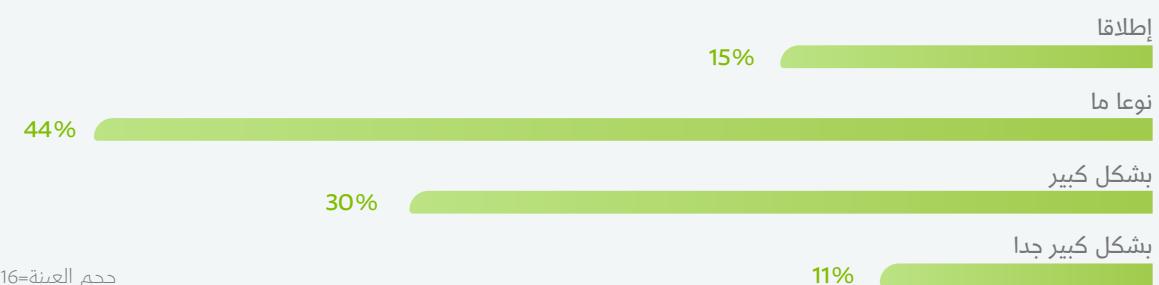
### مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



### 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 وممكّن أن يستهويك كمستهلك؟ )  
هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكّن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

## 6-3-4 توصيات ومقترنات المستهلكين لتطوير خدمات تصفييف الشعر وأنواع التجميل الأخرى

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

توفير العمالة المناسبة	%22	السعر الملائم	%10	النظافة	%12	تحسين القطاع	%22
خدمات إلكترونية	%3	الجودة	%5	الرقابة	%6	الإعلانات والعروض	%6
الموقع الملائم	%1	تطویر الأجهزة	%2	الزيارة المنزلية	%2	زيادة حلاقين الأطفال	%3
فتح مراكز رجالية متكاملة	%2	خدمة مفتوحة على مدار 24 ساعة	%1	السعودية وتوطين القطاع	%2	خدمات إنترنت عالية	%1

الجزء الخامس

# دراسة سوق أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

٥



1-5

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

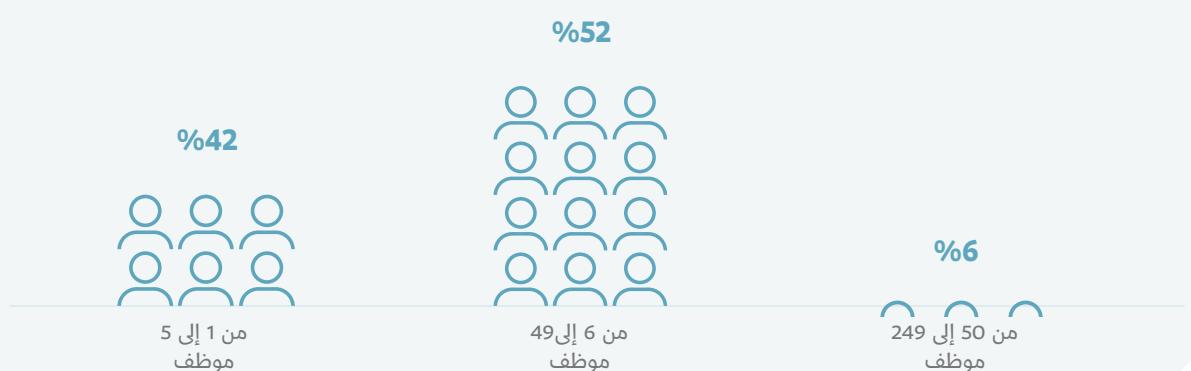
لدراسة سوق غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 132 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في مجالات غسيل وكي وتنظيف الملابس والسجاد والمفروشات، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطبعات التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## ١-١-٥ خصائص عينة منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها



### حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)



### حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)

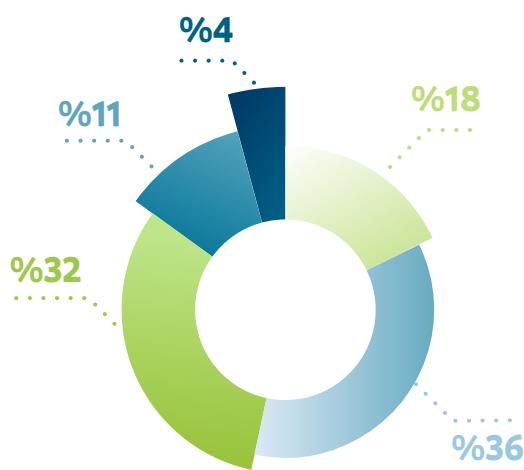


حجم العينة=132

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



كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشآتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



نسبة (%)  
عالي جداً      عادي      عالي جداً  
عالي      قليل      قليل جداً

هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع  
خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



غير قادر كلياً

غير قادر جزئياً

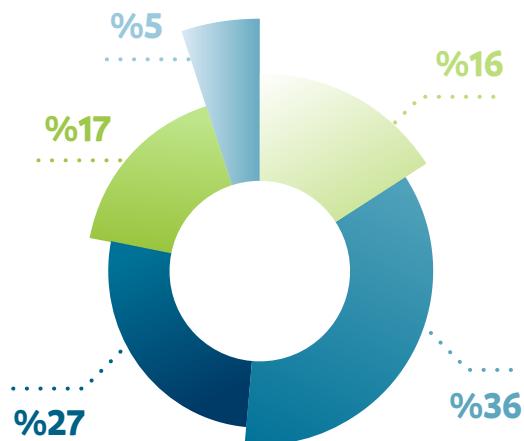
قادر جزئياً

قادر كلياً

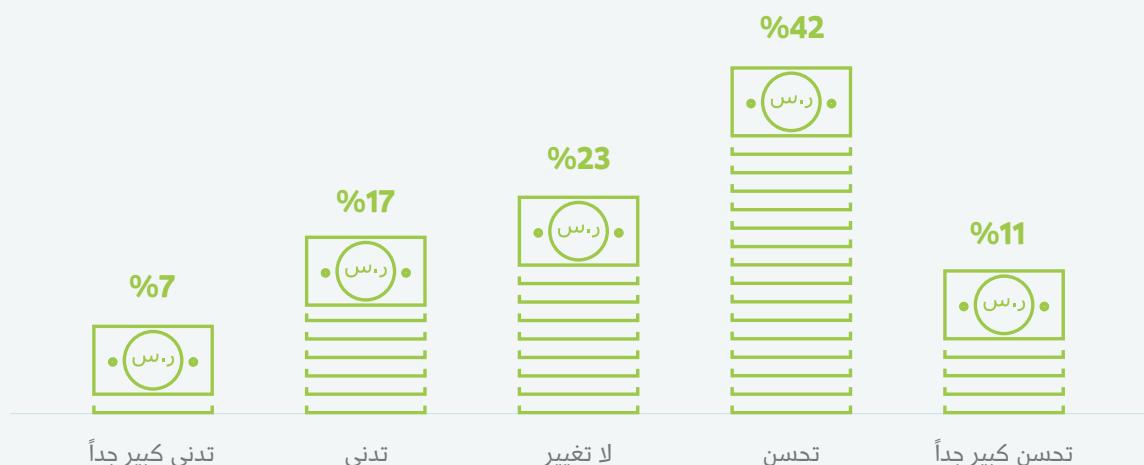
### 3-1-5 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها



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



كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي  
لمنشأتك خلال الـ6 الأشهر المقبلة؟



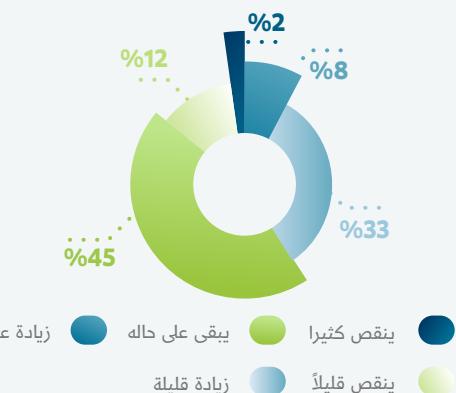
حجم العينة=132

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

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشأتك خلال الأشهر الـ6 القادمة (بعيدها عن الرواتب)



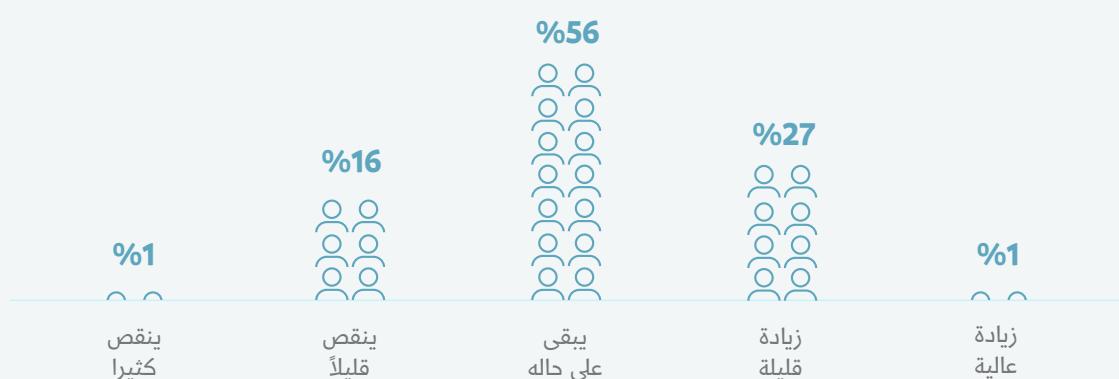
كيف تتوقع أن تغير أسعار بيع منتجاتك أو خدماتك خلال 6 الأشهر القادمة



حجم العينة=132



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



حجم العينة=132

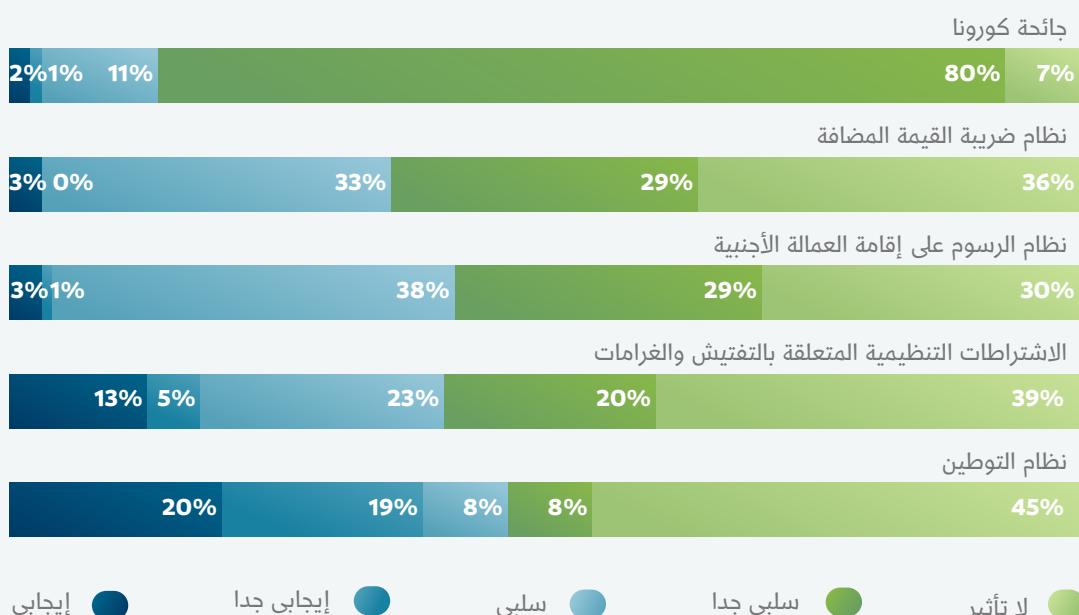
## 5-1-5 مؤشر التوظيف في منشآت غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

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

## 6-1-5 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على أنشطة غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها

20% من المنشآت يرون أن تأثير نظام التوطين كان إيجابياً على نشاطهم و9% يرون بأنه إيجابي جداً. أفادوا بأن جائحة كورونا لها أثر وأثر سلبي على نشاطهم.

### تقييم تأثير هذه العوامل على النشاط



حجم العينة=132

ما تقييمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

## 7-1-5 تحديات تطوير الأعمال في منشآت غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها

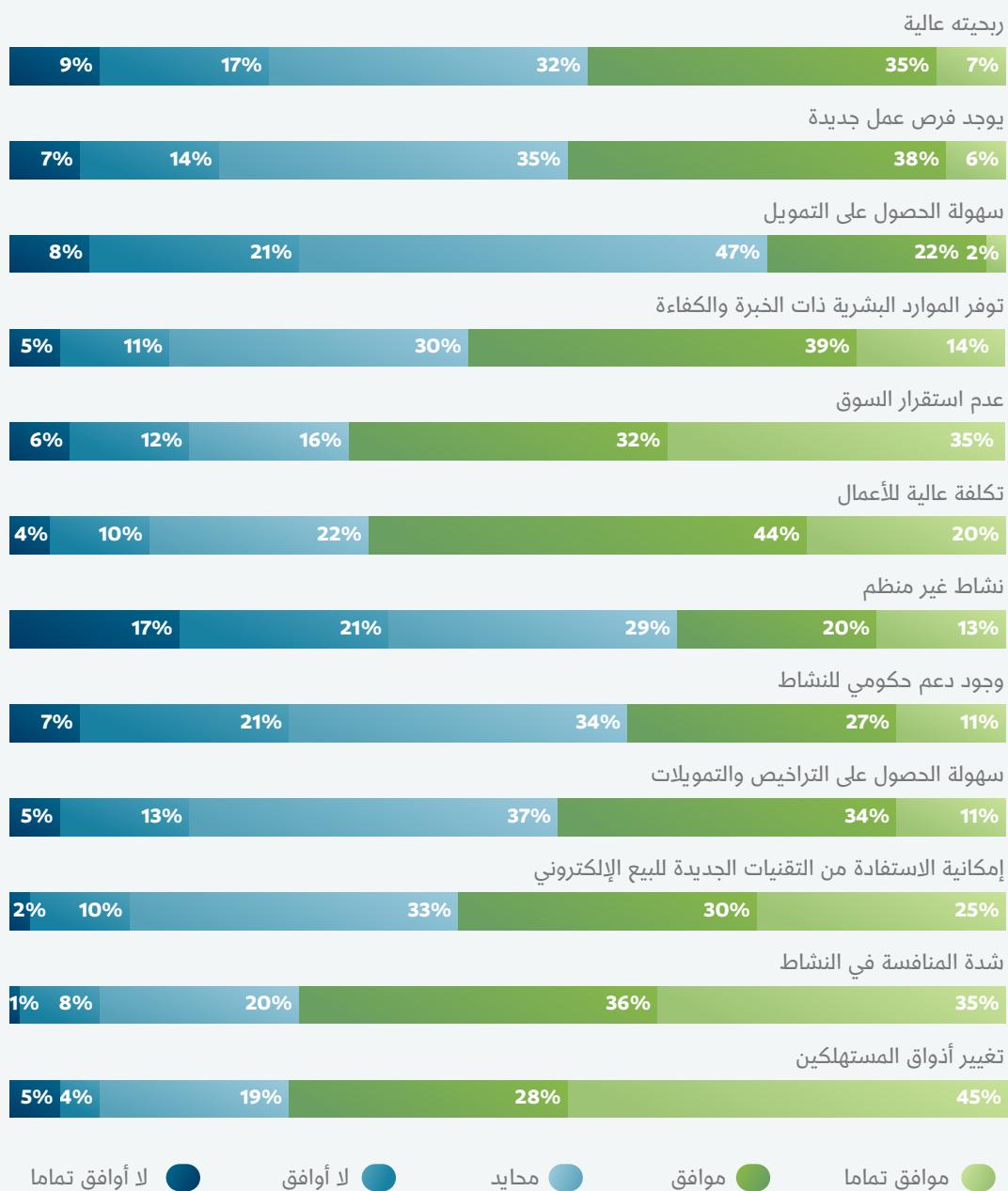


حجم العينة=65

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

73% من المنشآت المشاركة يوافقون على تغيير أنواع 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 تتوافق على العبارات التالية تجاه نشاطك. حيث 1 لا أتفق تماماً و 5 موافق تماماً

## ٩-١-٥ 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.



ما هي تلك الخطط؟



حجم العينة=132

هل لديك خطط لتطوير أعمالك خلال الأشهر الـ 6 القادمة؟



2-5

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

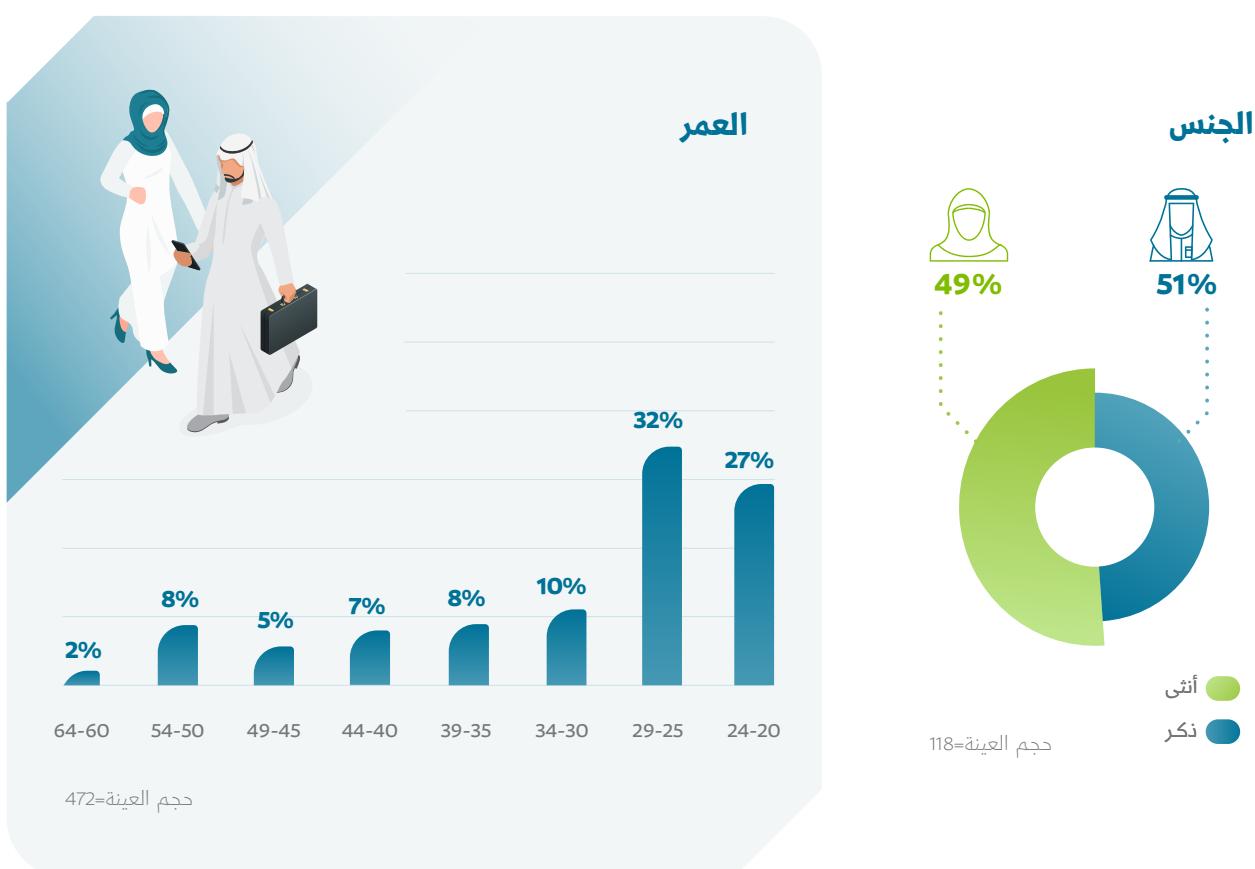
لدراسة سوق خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 531 مستهلك لخدمات غسيل وكي وتنظيف الملابس والسجاد والستائر والمفروشات، إلخ، من الجنسين، واستقصاء آرائهم حول مدى رضائهم عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقرراتهم في هذا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

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## 1-2-5 خصائص عينة المستهلكين لخدمات غسيل المنسوجات ومنتجاتها

### الفراء 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 المجيب، المنطقة، العمر

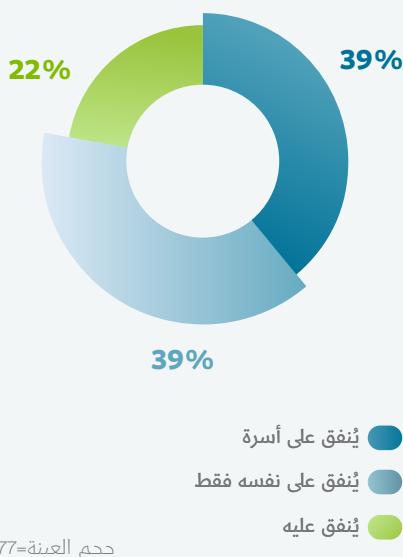


أكثر المجيدين كانوا من موظفي الشركات وموظفي القطاع الحكومي يليهم الطلاب وربات المنازل بنسب متساوية، 42% من المجيدين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (3001-7000) ريال، وكان نسب الذين ينفقون على أسرة وينفقون على أنفسهم متساوية 39%.

الحالة الوظيفية



أسلوب الإنفاق



مستوى الدخل

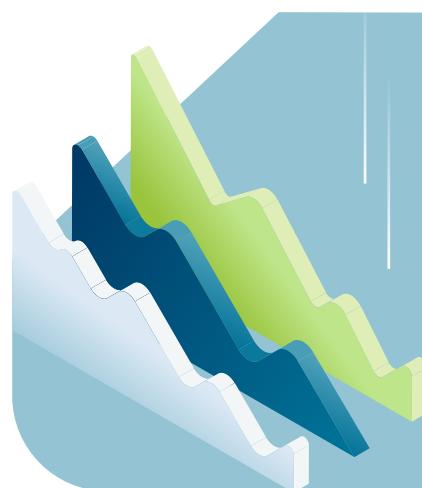


الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

## 2-2-5 مستوى الطلب على خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

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

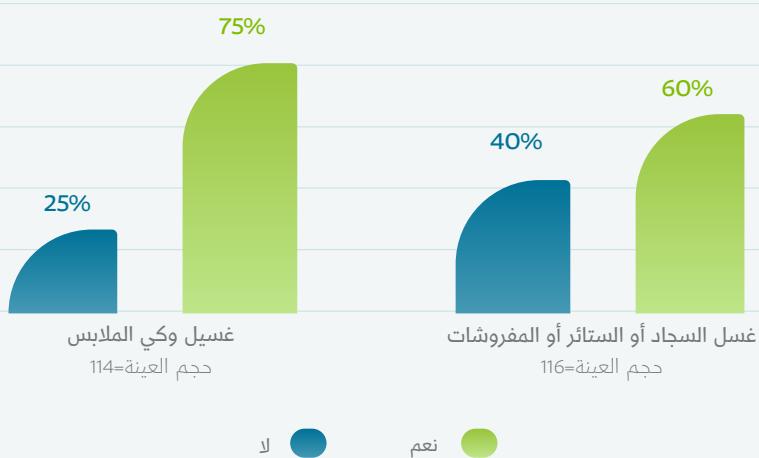
أفاد 61% من المشاركون بأنهم يحتاجون لخدمة الغسل والكي (ملابس وسجاد وغيرها) بحسب الحاجة 29% يحتاجون الخدمة مرة إلى مرتين في الشهر.



عدد مرات الاستفادة من الخدمة

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 التقرير؟

كم كانت قيمة ما أنفقته على خدمة الغسل والكي في آخر شهر حسب التقرير

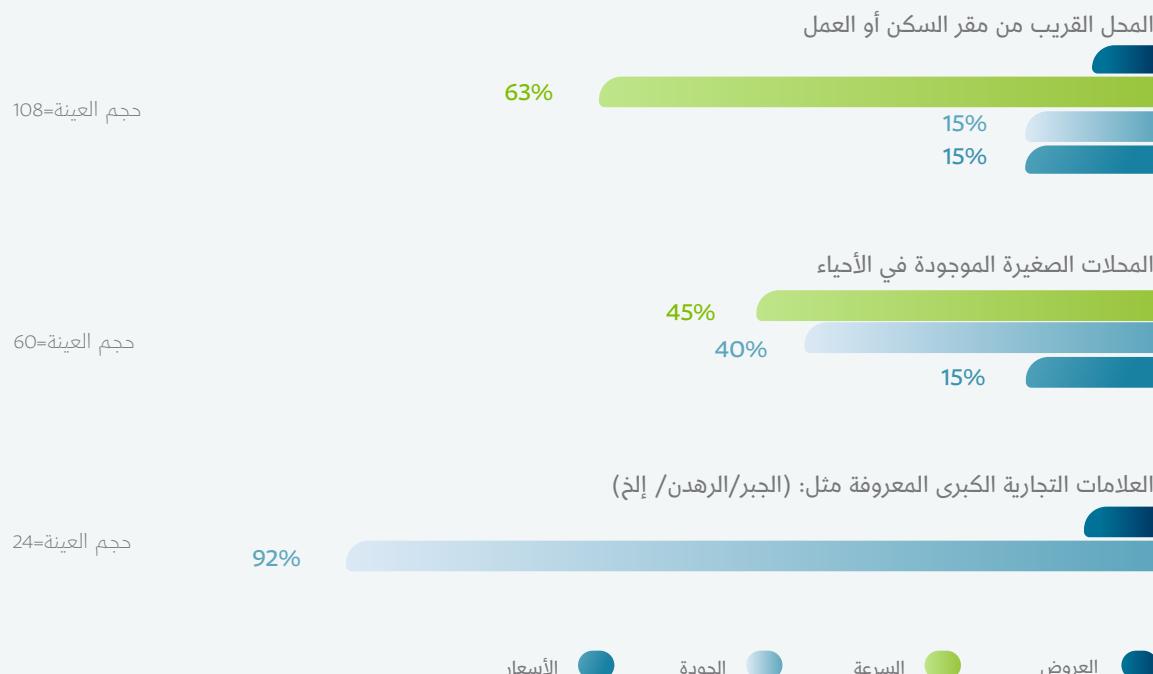
## 3-2-5 تفضيلات المستهلكين لخدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيفها

46% من المشاركون يفضلون خدمة الغسيل والكي عند المحلات القرية من مقر سكennهم أو عملهم، والأغلبية منهم (63%) أرجعوا أن سبب هذا التفضيل هو السرعة، و35% 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



ما هو نوع خدمة الغسيل والكي المفضل لديك؟  
ما هو السبب وراء هذا التفضيل؟

**منشآت**  
أنشطة الخدمات الأخرى

monsha'at  
المنشآت لخدمات المنازل والتجارة الإلكترونية

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



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

حجم العينة=108

أسعار الخدمة



حجم العينة=236

جودة الخدمة



حجم العينة=295

سرعه تقديم الخدمة



حجم العينة=295

خدمة التوصيل



حجم العينة=295

تواجد محلات الغسيل والكي



غير راضٍ أبداً

غير راضٍ

محايد

راضٍ

راضٍ جداً

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

## 5-2-5 توقعات مستقبل سوق خدمات غسيل المنسوجات ومنتجات الفراء وتنظيمها من وجهة نظر المستهلكين

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



دجم العينة=295



لو توفرت لي الفرصة  
وإلى مكانيات سأفكّر بجدية  
في الاستثمار في نشاط  
الغسل والكى



دجم العينة=165



لو توفرت لي الفرصة  
وإلى مكانيات سأفك بجدية  
في العمل كموظفي في  
نشاط الغسيل والكى



العنية=165

حجم العينة=8

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

غسيل السجاد أو الستائر  
أو المفروشات

غسيل وكي الملابس

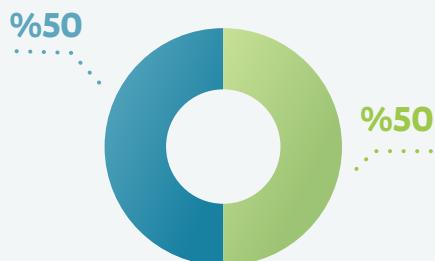
50%

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

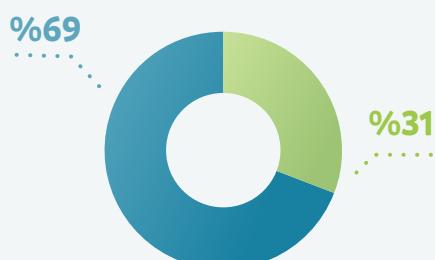
منشآت  
monsha'at

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

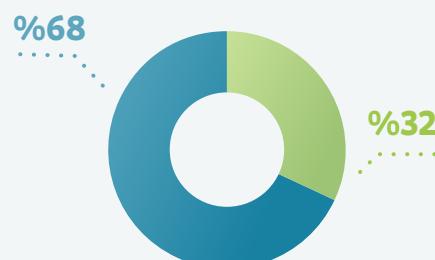
نصف المجيبين أفادوا بسماعهم عن منصة إلكترونية موحدة لطلبات الصيانة وبالرغم من ذلك أفادوا أنها فكرة مشجعة للاستثمار في النشاط بالإضافة لتوقعات عالية من أصحاب الأعمال بالبدء بتطبيقها.



السماع عن منصة إلكترونية موحدة  
لطلبات الصيانة



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



التوقعات حول مدى إضافتها للأعمال  
عند تطبيقها



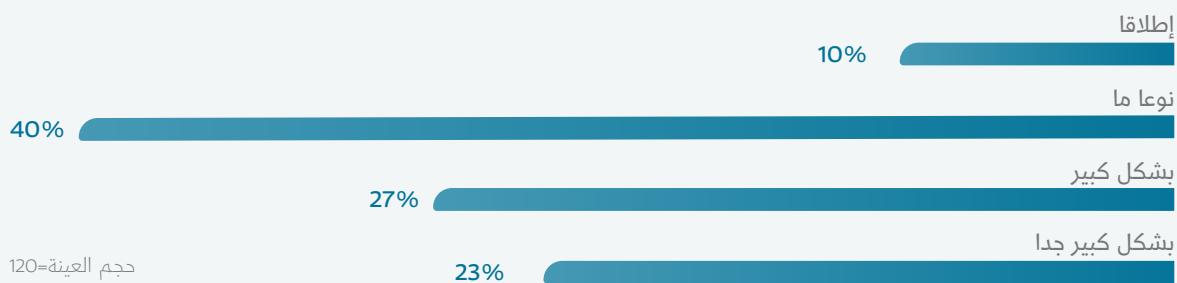
نعم لا

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



73% من المشاركون 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 وممكن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد النصف منهم أن هذا النوع من الخدمة نوعاً ما ممكّن أن يشجعهم على مزيد من الاستهلاك

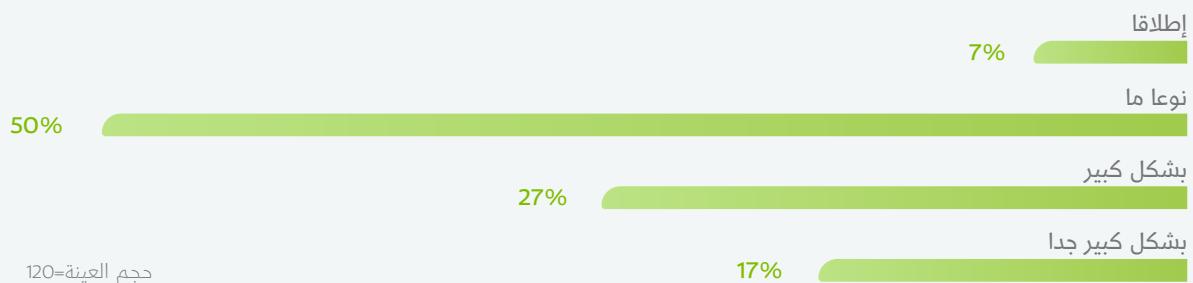
### مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



### المعرفة بخدمات إصلاح الهواتف والحواسيب



### مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمة الغسيل والكى:  
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 ممكّن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

## 5-2-7 توصيات ومقترنات المستهلكين لتطوير خدمات غسيل المنسوجات ومنتجاتها الفراء وتنظيفها

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

النظافة  
%

الجودة  
%

خدمة التوصيل  
%

تحسين القطاع  
%

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 الخياطة



# 6

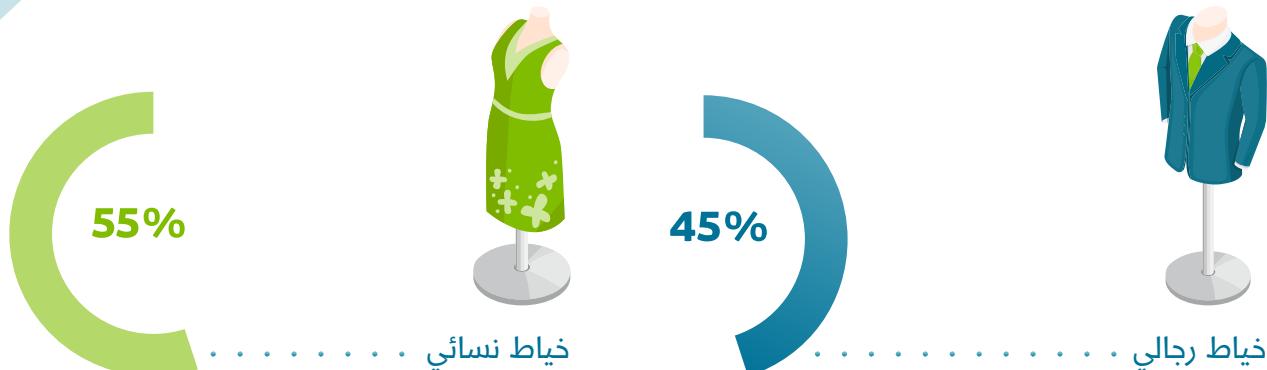
1-6

## 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 والتطورات، إلخ، التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

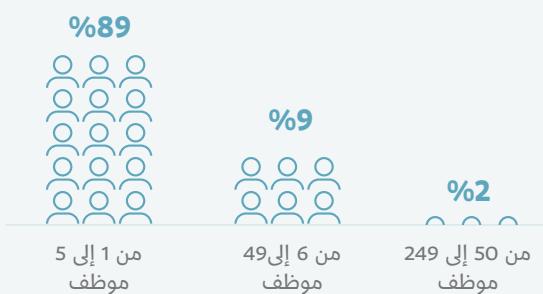
## 1-1-6 خصائص عينة منشآت الخياطة



### حجم المنشأة حسب الإيرادات السنوية



### حجم المنشأة (الموظفون بدوام كامل)

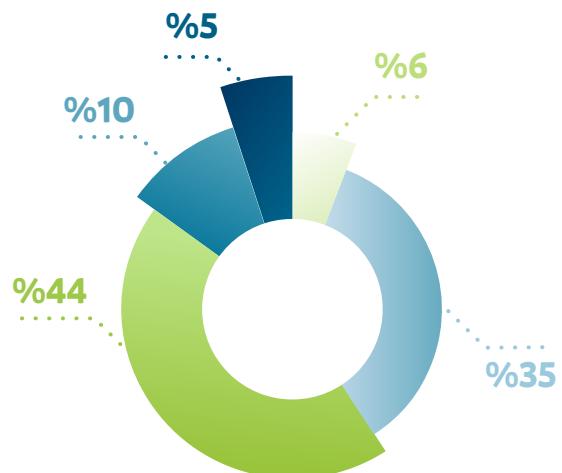


## 2-1-6 مؤشر النمو في أنشطة منشآت الخياطة



قليلاً جداً ● عادي ○ عالي جداً ○  
قليلاً ● عالي ○

كيف تتوقع أن يكون الطلب على منتجات منشآتك  
خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



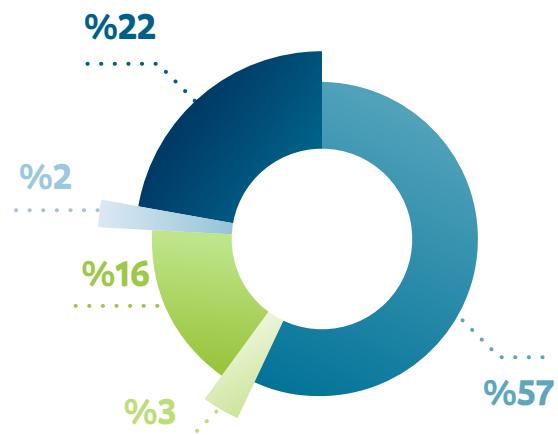
هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع  
خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



### 3-1-6 مؤشر ثقة الأعمال في منشآت الخياطة



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



كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشأتك خلال الـ6 الأشهر المقبلة؟

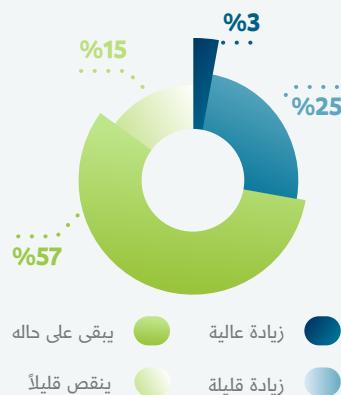


## 4-1-6 مؤشر التضخم في خدمات الخياطة

كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج  
في منشأتك خلال الأشهر الـ6 القادمة  
(بعيداً عن الرواتب)

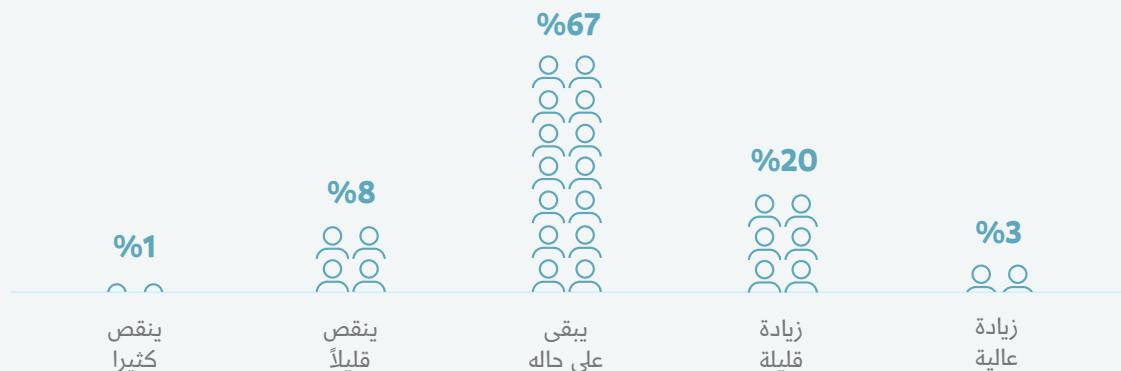


كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع  
منتجاتك أو خدماتك خلال 6 الأشهر  
القادمة

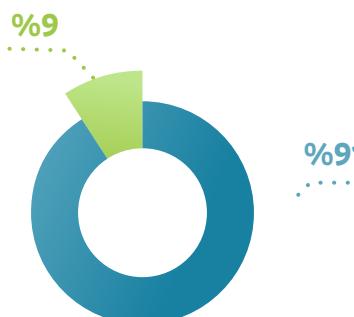


## 5-1-6 مؤشر التوظيف لدى منشآت الخياطة

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 الخياتة



هل نشاطك التجاري مشمول بقرارات التوطين الموجه؟

نعم لا

سلبي جداً سلبي لا تأثير إيجابي إيجابي 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 تقييمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

## 7-1-6 خطط تطوير الأعمال في منشآت الخياطة

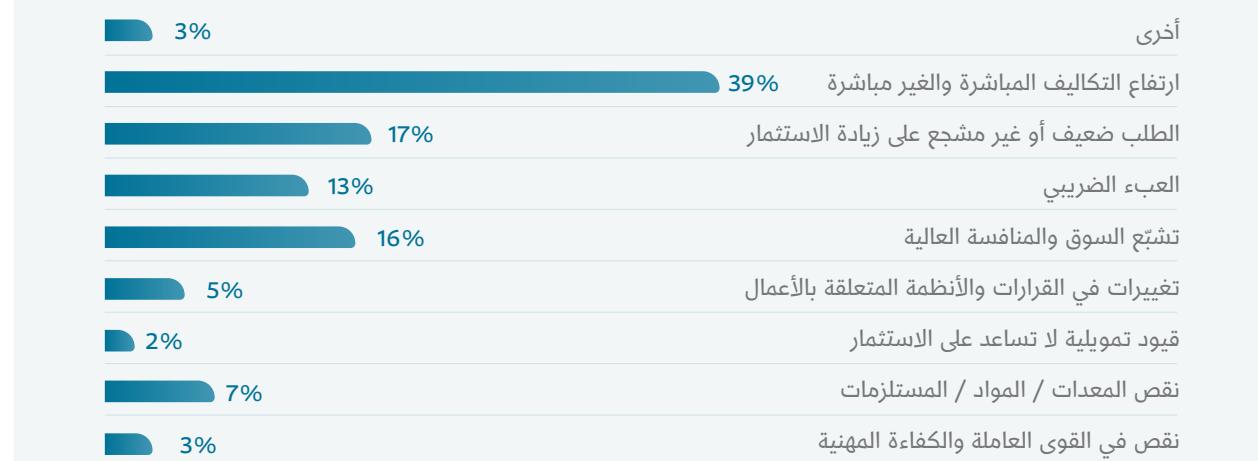
52% من المنشآت لديهم خطط لتطوير أعمالهم خلال الـ6 أشهر القادمة، في حين 48% من المنشآت ليس لديهم خطط لتطوير الأعمال. 26% من المنشآت لديهم خطط في زيادة الإنتاج، في حين 16% من المنشآت لديهم خطط في فتح فرع جديد. 39% من المنشآت أفادوا أن الأسباب التي من الممكن أن تحد من خطط تطوير أعمالهم هو ارتفاع التكاليف المباشرة وغير مباشرة.



### خطط تطوير الأعمال خلال الستة أشهر القادمة



### الأسباب التي من الممكن أن تحد من خطط تطوير الأعمال



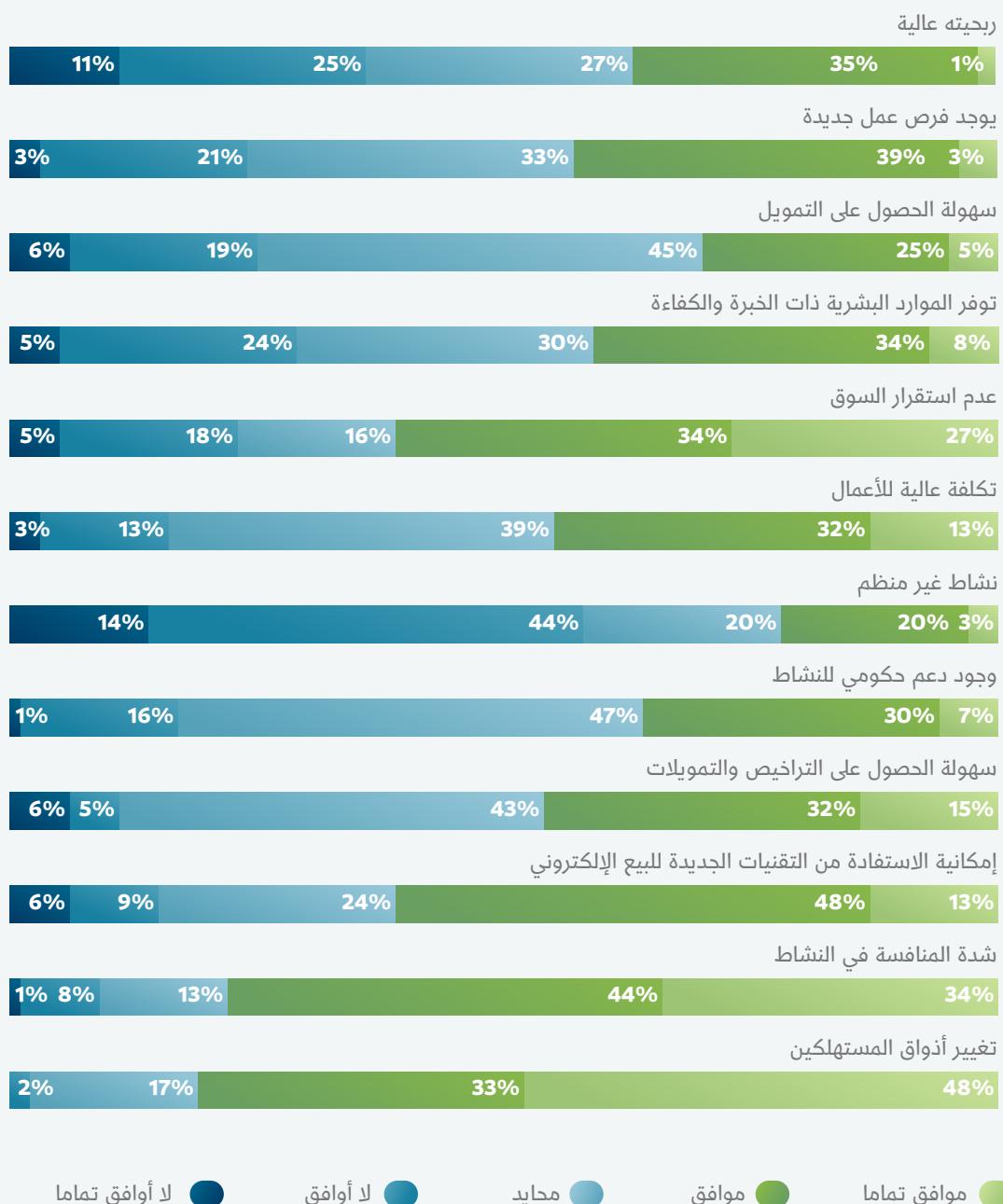
حجم العينة= 88

هل لديك خطط لتطوير أعمالك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟ | ماهي هي تلك الخطط؟  
ماهي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟

## 8-1-6 تحديات تطوير الأعمال لدى منشآت الخياطة

81% من المنشآت يوافقون على أن أدوات 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

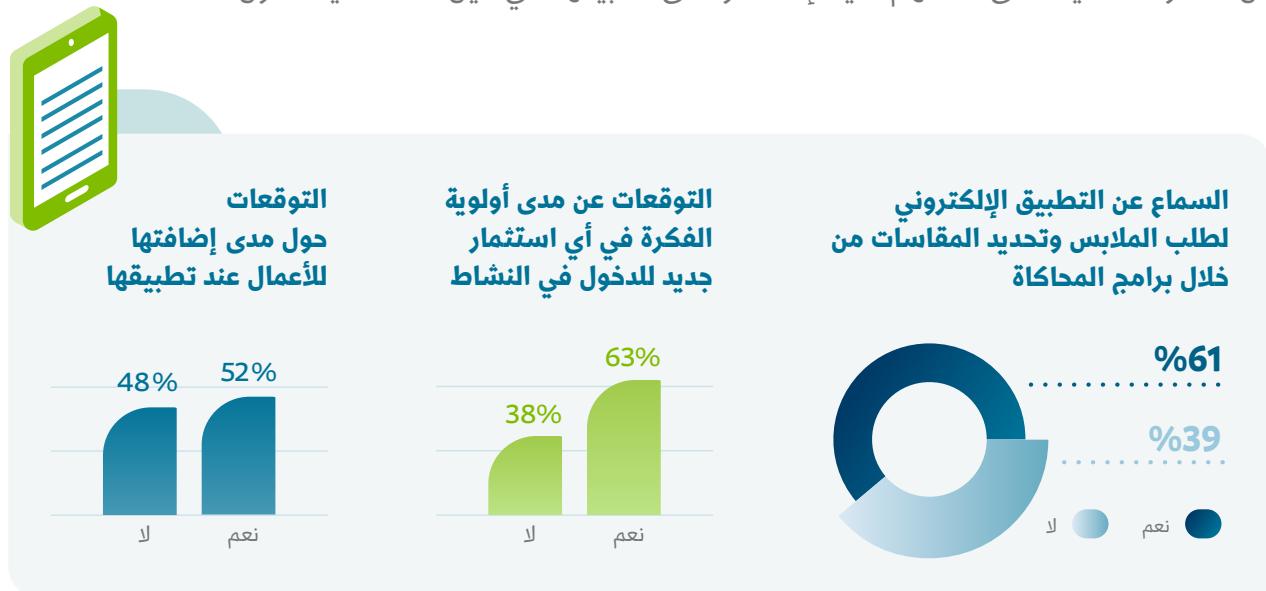


حجم العينة= 88

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

## ٩-١-٦ التوجهات الجديدة في سوق خدمات الخياطة

٦١% من المنشآت سبق لهم أن سمعوا عن التطبيق الإلكتروني لطلب الملابس وتحديد المقاسات من خلال برامج المحاكاة، في حين ٣٩% لم يسبق لهم أن سمعوا عنه. ٦٣% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط، و ٣٨% لا يعتقدون ذلك. ٥٢% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستضيف على أعمالهم شيئاً إذا عملوا على تطبيقها، في حين ٤٨% لا يعتقدون ذلك.



حجم العينة= ٨٨

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 للأعمال شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟

٥٥% من المنشآت سبق لهم أن سمعوا عن منصة إلكترونية موحدة لتفاصيل وتحديد المقاسات والألوان والتصميم، في حين ٤٥% لم يسبق لهم أن سمعوا عنه. ٥٥% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط، و ٤٥% لا يعتقدون ذلك. ٥٧% من المنشآت يعتقدون أن الفكرة ستضيف على أعمالهم شيئاً إذا عملوا على تطبيقها، في حين ٤٣% لا يعتقدون ذلك.



حجم العينة= ٨٨

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

## 10-6 توصيات ومقترنات 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 الاستثمار.



كان هناك أثر إيجابي للأنشطة المشمولة بقرارات التوطين.



البحث عن طريقة أكثر تركيزاً وتنظيمياً 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 بالمشاركة مع أصحاب الأعمال لتحفيز القطاع على النمو ودخول رواد جدد في النشاط.

# 6

2-6

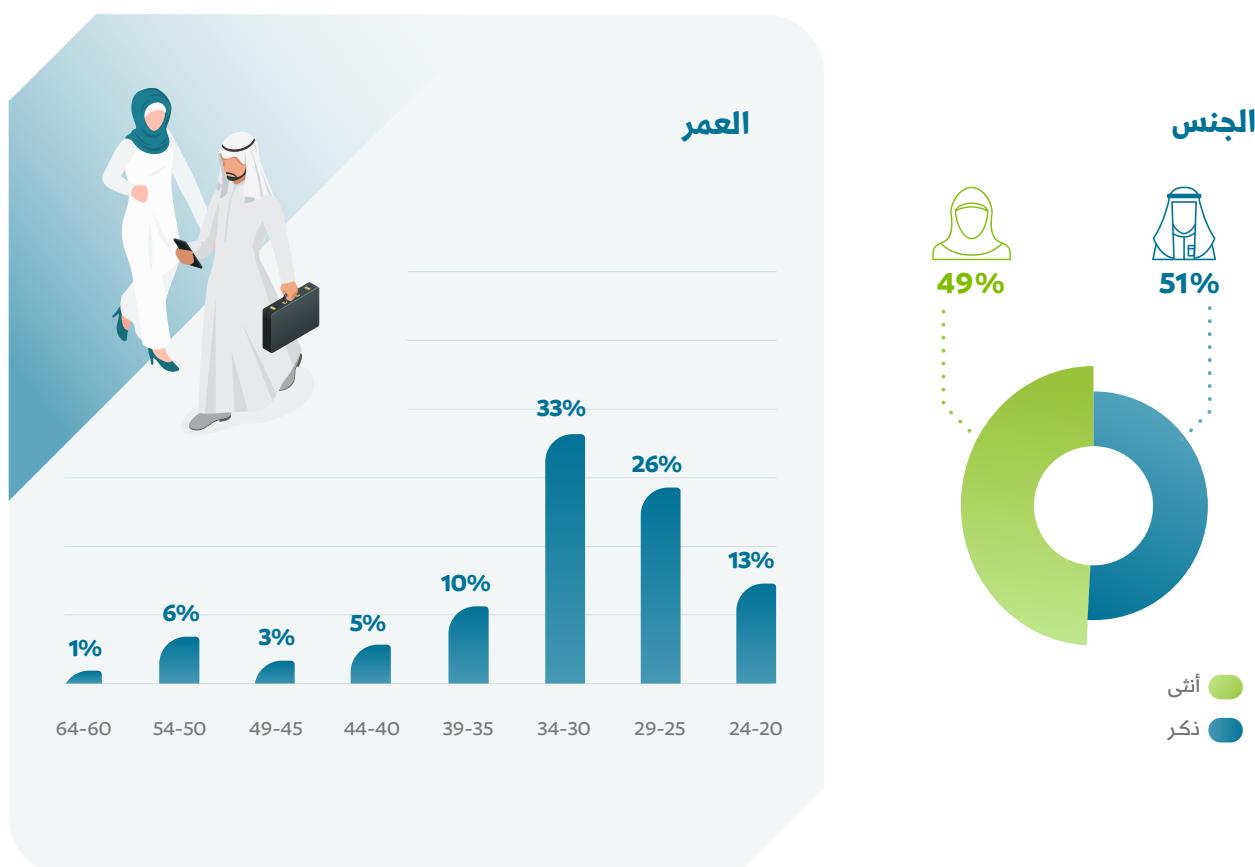
## دراسة سوق خدمات الخياطة من وجهة نظر المستهلكين

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 رضاهن عن الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت وعن احتياجاتهم ومقتراحاتهم في هذا المجال.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## ٤-٢-٦ 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 المجيب، المنطقة، العمر

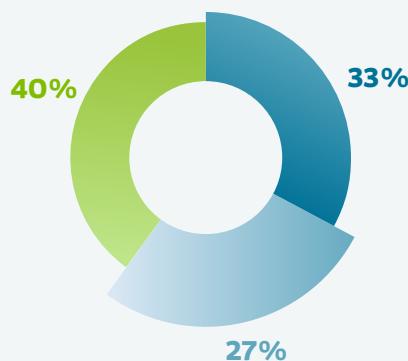
أكبر المجيبين كانوا من موظفي القطاع الحكومي يليهم ربات المنازل، 40% من المجيبين يتراوح مستوى الدخل لهم بين (7,001 - 11,000) ريال، وكان نسب الذين ينفق عليهم 40%.



### الحالة الوظيفية



### أسلوب الإنفاق



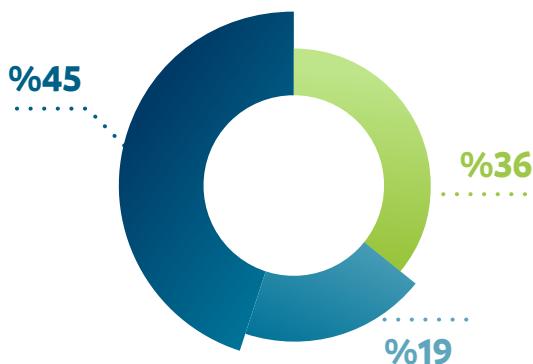
### مستوى الدخل



الحالة الوظيفية، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

## 2-2-6 مستوى الطلب على خدمات الخياطة

على مدى 3 أشهر 84% من المجتمع احتاجوا كلتا الخدمتين الخياط النسائي والرجالى يليهم 56% احتاجوا للخياط الرجالى 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 مره ● غير محدد (بحسب الحاجة) ●

### احتياج الخدمات خلال ثلاثة شهور



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

## 3-2-6 مستوى رضا المستهلكين على خدمات منشآت الخياتة



69% من المشاركون أبدوا رضاه عن خدمة الخياتين من ناحية التوأجد، يليهم 58% كانوا راضيين عن خدمات ما بعد التنفيذ، بينما 36% أفادوا بأنهم غير راضيين عن أسعار الخدمة، كذلك 17% أبدوا عدم رضاه عن سرعة تقديم الخدمة.

خدمات ما بعد التنفيذ



التوأجد



سرعه تقديم الخدمة



جودة الخدمة



أسعار الخدمة



غير راضٍ أبداً

غير راضٍ

محايد

راضٍ

راضٍ جداً

حجم العينة=565

ما مدى رضاك عن خدمات الخياتين من النواحي التالية: أسعار الخدمة، جودة الخدمة، سرعة تقديم الخدمة، خدمة التوصيل، توأجد محلات الغسيل والكى (1 غير راضٍ أبداً و 5 راضٍ جداً)

## 4-2-6 توقعات المستهلكين لمستقبل سوق خدمات الخياطة

45% يتوقعون بأن نشاط الخياطين غير متوجه نحو مزيد التطور في المملكة خلال السنوات القادمة، 42% يفكرون بالاستثمار في النشاط حيث 44% منهم يرغبون الاستثمار في نشاط الخياط الرجالـ بينما 44% يرغبون الاستثمار في كل النشاطـ الرجالـ والنـسـائـيـ. 74% من المـجـبـيـنـ لا يـرـغـبـونـ بـالـعـلـمـ فـيـ هـذـاـ النـشـاطـ لـوـ توـفـرـتـ لـدـيـهـمـ الفـرـصـةـ.

موافق جداً

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق أبداً

%10

%35

%28

%18

%9

أتوقع أن نشاط الخياطين  
متوجه نحو مزيد التطور  
في المملكة خلال  
السنوات القادمة



%26

%16

%6

%16

%26

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانـياتـ سـأـفـكـرـ بـجـديـةـ  
في الاستثمار في نشاطـ  
الخـيـاطـيـنـ



%6

%16

%3

%39

%35

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانـياتـ سـأـفـكـرـ بـجـديـةـ  
في العمل كـموظـفـ فيـ  
نشاطـ الخـيـاطـيـنـ



نوع النشاط الذي يرغب المـجـبـيـنـ بـالـاسـتـثـمـارـ فـيـهـ:

كلاهما

44%

خياط نسائي

13%

خياط رجالي

44%

ما مدى موافقـتكـ عـلـىـ هـذـهـ الجـمـلـ  
1) غير موافق أبداً 5 موافق جداً

منشـآـتـ  
أنشطة الخدمات الأخرى

## 5-2-6 التوجهات الجديدة في سوق خدمات الخياطة



86% من المشاركون ليس لديهم معرفة بالمنصة الإلكترونية الموحدة لتفاصيل 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 وممكن 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 الجملة والتجزئة



### مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمات الخاطلين 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 ومقترنات المستهلكين لتطوير سوق خدمات الخياطة

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



# شكراً لكم

