

أولهما : والمعروفة بالبيانات الثانوية وهي البيانات الرسمية المنشورة وغير المنشورة والتي تم جمعها من الجهات الرسمية التي تصدرها وهي وزارة الزراعة والري ، والإدارة العامة للتسويق الزراعي ، والإدارة العامة للإحصاء الزراعي، ووزارة الصناعة والتجارة ، والهيئة العامة للاستثمار ، والجهاز المركزي للإحصاء ، والشركات الصناعية التابعة للقطاع الخاص من الجمهورية اليمنية ، بالإضافة إلى عدد من الدراسات والبحوث العلمية.

وثانيهما: والمعروفة بالبيانات الأولية أو البيانات القطاعية أو الميدانية فقد تم جمعها من مفردات عينة البحث عن طريق المقابلة الشخصية باعتبارها أنسب الطرق لجمع البيانات حيث قام الباحث بإجراء المقابلة الميدانية مع وحدات المعاينة لجمع بيانات المستهلك النهائي ممثلاً في ربان البيوت وبيانات تاجر التجزئة بموجب قوائم الاستقصاء الخاصة بكل منهما . فقد تم إعداد أربع قوائم استقصاء ، قائمتي المستهلك (ربه البيت) لكل من البقوليات المعبأة (فول - فاصوليا - بازلا) ومنتجات القمح (قمح مطحون - دقيق القمح) ، وقائمتي تاجر التجزئة لذات السلع في الجمهورية اليمنية .

وتم اختبار ما أعد به من أسئلة وأجري تعديل وإعادة صياغة اللازم منها بحيث أصبحت معدة بطريقة تكفل جمع البيانات المطلوبة للدراسة بأكبر درجة ممكنة من الدقة والموضوعية ، وبحيث تكون هذه البيانات والإحصائيات والاستنتاجات المستخلصة منها قابله للتعميم بدرجة الثقة المطلوبة وهي ٩٥% وخطأ مسموح به قدره $\pm 2,2\%$.

خطة البحث :

وضعت خطة الدراسة لموضوع البحث على النحو الذي بدأت منه بمقدمة تتضمن تحديد مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وطريقته وأدواته وإجراءات البحث الميداني من حيث تحديد مجتمع وعينة البحث وطريقة المعاينة أو اختيار العينة ونوع العينة وحجم العينة والمجال الجغرافي للبحث ومصادر البيانات . يلي هذه

المقدمة أربعة أبواب رئيسية مقسمة إلى قسمين . أولهما وتتضمن بابين يختص بالدراسة المكتبية أي الخلفية النظرية والمرجعية للدراسة . حيث يتناول الباب الأول كمدخل للدراسة في فصلين الإطار النظري والاستعراض المرجعي . ويتناول الباب الثاني استعراضاً لنظم تسويق منتجات القمح والبقوليات المصنعة في اليمن . بينما يتضمن القسم الثاني من الدراسة البحوث الاستكشافية لحالة الأسواق اليمنية للسلع الزراعية المصنعة ونصف المصنعة موضع الدراسة حيث يعتمد البحث التسويقي في جوهره على أساس الرغبة في تحليل وتوصيف المشكلة أو الظاهرة محل البحث عن طريق تجميع أكبر قدر ممكن من البيانات والحقائق والمعلومات التي يجب أن تتصف بالشمول والدقة من مفردات الفئات التي تتوافر لديها هذه المعلومات والحقائق ، وخاصة من تلك الفئات أو شرائح المجتمع التي تتأثر بالظاهرة أو تؤثر فيها ، أي التي لتصرفاتها وسلوكها ودوافعها وقراراتها تأثير على المشكلة قيد البحث. وعليه تناول الباب الثالث دراسة أسواق منتجات تصنيع القمح من خلال فصلين أفرد أولهما لدراسة المستهلك (ربة البيت) لمنتجات القمح ، في حين أفرد ثانيهما لدراسة تاجر التجزئة لمنتجات القمح. وتناول الباب الرابع دراسة البقوليات المصنعة من خلال فصلين أيضاً اختص أولهما بدراسة المستهلك (ربة البيت) للبقوليات المصنعة ، واختص ثانيهما بدراسة تاجر التجزئة للبقوليات المصنعة . وأخيراً ، انتهت الدراسة بخاتمه احتوت على ملخص لإجراءات البحث والنتائج التي أمكن التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي والقياس ، مع عرض لبعض التوصيات التي يرى الباحث وضعها بين يدي المنتجين والمستثمرين ورجال التخطيط اليمنيين لأخذها في الاعتبار عند اتخاذ قراراتهم الإنتاجية ورسم سياساتهم التسويقية.