

عنوان المشروع

" تقييم جودة خدمات كافيهات القهوة المختصة وتأثيرها على
رضا العملاء في مكة المكرمة: دراسة حالة "

اسم الطالب

صديق بن خليل أحمد أبو الخير

الرقم الجامعي (2021205267)

مشروع تخرج (١)

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د/ منى بنت مصطفى العشري

(عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن)

الفصل الدراسي الأول - ٢٠٢٤

جدول المحتويات

1الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

في العقدين الأخيرين، شهدت صناعة القهوة تحولاً جذرياً مع ظهور وانتشار كافيهات القهوة المختصة. هذه الكافيهات لا تقدم مجرد مشروب القهوة التقليدي، بل تحول التجربة إلى فن وعلم من خلال التركيز على الجودة العالية والنفائيل الدقيقة في كل خطوة من خطوات إعداد القهوة.

تعد كافيهات القهوة المختصة وجهة مفضلة لعشاق القهوة الذين يبحثون عن تجربة مميزة ومختلفة عن القهوة التقليدية. يتم اختيار حبوب القهوة بعناية فائقة من أفضل المزارع حول العالم، مع التركيز على طرق التحميص المثلى التي تبرز النكهات الفريدة لكل نوع من أنواع القهوة. في هذه الكافيهات، لا يتعلق الأمر فقط بتقديم كوب من القهوة، بل بتقديم تجربة فريدة تشمل التعرف على مصدر القهوة، وطريقة تحضيرها، والتقنيات المستخدمة لضمان أفضل طعم ممكن.

الباريستا في كافيهات القهوة المختصة ليسوا مجرد موظفين يعدون القهوة، بل هم خبراء في مجالهم، يمتلكون معرفة عميقة بأنواع القهوة المختلفة، وأساليب تحضيرها، وكيفية تقديمها بشكل مثالي. هذا الالتزام بالنفائيل والجودة يعكس فلسفة هذه الكافيهات في تقديم أفضل تجربة ممكنة للزبائن، سواء كانوا خبراء في القهوة أو مبتدئين يستكشفون هذا العالم المثير. إضافة إلى جودة القهوة نفسها، تولي كافيهات القهوة المختصة اهتماماً كبيراً بتصميم المكان والأجواء العامة. الديكور الأنيق والمريح، والبيئة الدافئة، والخدمة الودية، كلها عوامل تجعل من زيارة الكافيه تجربة ممتعة وشاملة. هذه الكافيهات لا تقتصر على كونها مكاناً لشرب القهوة، بل تتحول إلى مراكز اجتماعية وثقافية حيث يتجمع الناس لتبادل الأفكار والاستمتاع بأوقاتهم.

بفضل هذا التميز والالتزام بالجودة، أصبحت كافيهات القهوة المختصة رمزاً للرفي والابتكار في عالم القهوة، جاذبة لعشاق القهوة والمبدعين على حد سواء، ومساهمة في رفع معايير صناعة القهوة إلى مستويات جديدة.

على الرغم من تنافس الكافيهات على التنافس في تقديم أفضل الخدمات لكسب ثقة العملاء إلا أن هناك فجوات في هذا الجانب وهي فجوات و تتضمن العوامل الثقافية والدينية، الابتكار في الخدمات، استخدام التكنولوجيا والتفاعل الرقمي، والمستدامة والمسؤولية الاجتماعية. هذه الفجوات تعزز فهمنا لتأثير جودة الخدمات على رضا العملاء في هذا السياق الثقافي والديني الفريد.

تتمثل مشكلة البحث في فهم كيفية تقييم العملاء لجودة الخدمات في كافيهات القهوة المختصة في مكة المكرمة، وتحديد تأثير هذه الجودة على رضا العملاء. كما تهدف إلى تحديد العوامل المؤثرة في رضا العملاء مثل الجودة، السرعة، التعامل مع الموظفين، والتفاعل الاجتماعي، مع التركيز على السياق الجغرافي والثقافي لمكة المكرمة، ومقارنة جودة الخدمات بين الكافيهات

المختصة لتحسين تجربة العملاء، لبحث يساهم في تعزيز فهمنا لجودة خدمات القهوة المختصة في مكة المكرمة وتأثيرها على رضا العملاء، مما يمكن أن يساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة قدرة القطاع على المنافسة وتطوير سياسات واستراتيجيات جديدة.

1.2 مشكلة البحث

شكلة مهمة تتعلق بتقييم جودة خدمات كافيهات القهوة المختصة في مكة المكرمة وتأثيرها على رضا العملاء. يتمثل جوهر هذه المشكلة في الحاجة إلى فهم عميق لكيفية تقييم العملاء للجودة في هذه الكافيهات، بما في ذلك جودة القهوة وجودة الخدمة، وكذلك التأثير المحتمل لهذه الجودة على رضا العملاء. بالإضافة إلى ذلك، هناك حاجة لتحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر في رضا العملاء، مثل التعامل مع الموظفين، وسرعة تقديم الخدمة، وجودة الطعام، والبيئة العامة للكافيهات، وكذلك كيفية تأثير السياق الثقافي والجغرافي في مكة المكرمة على هذه العلاقة. تعد هذه الجوانب محورية لفهم عميق للديناميكيات التي تحكم تجربة العملاء في الكافيهات المختصة وكفاءة استراتيجيات الخدمة التي يمكن تبنيها لتعزيز رضا العملاء وتحسين الأداء العام للمؤسسات

1.2.1 الفجوات النظرية

الفجوات النظرية:

١. *نقص الدراسات السابقة في المنطقة*: قد تكون هناك نقص في الأدبيات والدراسات السابقة التي تتناول تقييم جودة خدمات القهوة المختصة في مكة المكرمة بشكل خاص.

٢. *نقص النظريات المحلية*: قد تكون النظريات والنماذج العالمية لتقييم جودة الخدمات غير متناسبة تمامًا مع السياق الثقافي والاجتماعي في مكة المكرمة.

٣. *التركيز على الجوانب الاقتصادية فقط*: قد تكون الدراسات السابقة قد تجاهلت جوانب مهمة مثل التأثير الثقافي والديني للمنطقة على تجربة العملاء في الكافيهات.

1.2.3 الفجوات التطبيقية

١. *الحاجة إلى أدوات قياس محلية*: قد تكون هناك حاجة إلى تطوير أدوات قياس محلية تناسب خصوصية سوق القهوة المختصة في مكة المكرمة.

٢. *التدريب والتطوير المستمر*: هناك حاجة لبرامج تدريبية تستهدف تحسين مهارات وسلوكيات العاملين في القهوة المختصة لتعزيز جودة الخدمات.

٣. *الاستجابة لتغيرات السوق: * يمكن أن تواجه القهوة المختصة تحديات سريعة التغير في المتطلبات والتفضيلات العملية، مما يتطلب استراتيجيات مرنة في تقديم الخدمات

1.3 أهمية البحث

هذا البحث يساهم في تعزيز فهمنا لجودة خدمات القهوة المختصة في مكة المكرمة وتأثيرها على رضا العملاء، مما يمكن أن يساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة قدرة القطاع على المنافسة وتطوير سياسات واستراتيجيات جديدة

1.3.1 الأهمية النظرية:

- يساهم البحث في زيادة فهمنا لكيفية تقييم جودة خدمات القهوة المختصة في سياق ثقافي وديني مميز مثل مكة المكرمة، مما يعزز من الأدبيات العلمية المتاحة في هذا المجال.
- يمكن أن يوفر البحث نظريات ونماذج جديدة قابلة للتطبيق في تقييم خدمات الضيافة في السياقات الثقافية المتنوعة.
- يمكن أن يوجه البحث للدراسات المستقبلية حول كيفية تكامل العناصر الثقافية والدينية في تحسين جودة الخدمات.

1.3.1 الأهمية العملية:

- يقدم البحث إرشادات عملية قيمة لمقدمي خدمات القهوة المختصة في مكة المكرمة لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم.
- يمكن أن يساعد البحث في تعزيز القدرة التنافسية للقهوة المختصة من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة.
- يمكن للبحث أن يساهم في تطوير سياسات واستراتيجيات جديدة تستجيب لاحتياجات وتفضيلات الزبائن في سوق القهوة المختصة في مكة المكرمة

1.4 أسئلة البحث

سؤال البحث الرئيسي:

"كيف يمكن تقييم جودة خدمات كافيهاات القهوة المختصة في مكة المكرمة وما هو تأثير هذه الجودة على رضا العملاء؟"

أسئلة فرعية للبحث:

١. كيف يمكن تحديد مكونات ومعايير جودة خدمات القهوة المختصة في سوق مكة المكرمة؟

٢. ما هي التأثيرات الثقافية والدينية التي قد تؤثر على تجربة العملاء في كافيهات القهوة المختصة بمكة المكرمة؟

٣. كيف يمكن تقييم رضا العملاء على جودة خدمات القهوة المختصة في سياق مكة المكرمة؟

٤. ما هي العوامل التي تؤثر على اختيار العملاء لزيارة والبقاء في كافيهات القهوة المختصة في مكة المكرمة؟

٥. كيف يمكن تحسين جودة خدمات القهوة المختصة في مكة المكرمة بناءً على النتائج الحصول عليها؟

تلك الأسئلة الفرعية تهدف إلى توجيه البحث نحو استكشاف عميق لعوامل تقييم الجودة وتأثيرها على رضا العملاء في سوق القهوة المختصة بمكة المكرمة.

قائمة المراجع :

١/- <https://www.anafabdulkarem.com/%d8%b4%d8%b1%d9%88%d8%b7-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d9%8a%d8%b1%d8%a7%d8%af-%d8%a7%d9%84%d9%82%d9%87%d9%88%d8%a9-%d9%81%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d8%b3%d8%b9%d9%88%d8%af%d9%8a%d8%a9/>

٢/ <http://isaa.aaciaegypt.com/handle/123456789/2378>

٣/ راشد الجابري، وسيف. "القهوة تشير إلى الوفاة." (٢٠١٩).

٤/ عبد الودود قاسم حسن مقشر. "نشأة القهوة العربية وانتشار زراعة البن في اليمن ما بين القرنين الرابع عشر والسابع عشر." مجلة العلمية ٦ (٢٠١٦): ٢٤٥-٢٩٠.

٥/ إبراهيم، و ناصر أحمد. "آداب شرب القهوة في القاهرة ورشتها." حويات الفلسفات الإسلامية . المجلد ٤٨. رقم ٤٨-٢. المعهد الفرنسي للأثار الشرقية (IFAO)، 2014.

٦/ ظريف، et al. "تأثير تناول القهوة على تحمل القوة لدى ممارسي كمال الأجسام واللياقة البدنية." (٢٠٢١).

٧/ محفوظ علي، غزة، and غزة. "مشروب الشعير المحمص المقشر كبديل للقهوة: التقييم الحسي، التركيب الكيميائي ومحتوى الكافيين، نشاط مضادات الأكسدة والتقييم الإقتصادي." مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي ٤٤، ٤ (٢٠٢٣): ٥٠٥-٥١٤.

٨/ منصور، اسلام. "واقع ارتياد المقاهي الترفيهية كإحدى طرق استغلال وقت الفراغ وأثارها الاجتماعية علي الشباب بمدينة المنيا." المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة ١٥، ١٥ (٢٠٢٠): ١١٨-١٤٧.

٩/ بدران، إسلام. المقاهي كحقل إجتماعي في مدينة رام الله. Diss. 2017.

١٠ / ندا، نبيل خليل، et al. "أسباب عزوف مُرتادي المقاهي عن ممارسة النشاط الرياضي." المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة ٢٧، ١٥ (٢٠٢١): ٣٢-٦٠.

١١/ لسيد عبد الرسول، سوزان، and هانى عاطف قزمال. "أثر تطبيق الإجراءات الاحترازية لفيروس كورونا على إقبال العملاء على المقاهي التراثية." J

- ١٢/ القيسي، نوري حمودي. "المقاهي ووظائفها الاجتماعية في بغداد القديمة." (١٩٨٣).
- ١٣/ سما والي. "مقاهي القاهرة.. منتديات اجتماعية وفكرية وسياسية." جريدة مركز طارق والي العمارة والتراث ٣,٠٧ (٢٠١٣): ٤٤-٣٩.
- ١٤ / دراسة تحليلية لتوضيح تأثير العولمة في ظهور عمارة الطعام وتطورها في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية.
- ١٥ / فخرو، and عبدالناصر. "رائحة القهوة." (٢٠٢٠).
- ١٦ / طعاني، محمد علي، and عبيدات، محمد (مشرف). اتجاهات المستهلك الأردني نحو مقاطعة السلع الاستهلاكية (حالة دراسية عن القهوة).
- ١٧ / جواد، and عبد الحميد. تكلفة النقل البحري و أثرها على الاقتصاد الوطني. Diss. جامعة الجزائر ٣. كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، ١٩٩٥
- ١٨ / شريف كامل محمود شاهين. "التصميم الداخلي والاثاث للمقاهى المصرية بين الهوية المحلية والعالمية." (٢٠١٤).
- ١٩ / فاطمة حبوبة، محمد الباقرمي، and جمال معيوف معيوف. "التقييم الكمي لبعض الخواص الفيزيوكيميائية والكافيين في بعض أنواع الشاي والقهوة المباعة في الاسواق المحلية." مجلة البحوث الأكاديمية ١٥ (٢٠٢٠): ١٩٥-٢١٢.
- ٢٠ / t, Éloi. "إثيوبيا، قهوة الأصول." (2023): 19-21. Risālat al-Yūniskū 2023.2
- ٢١ / عبد الرحيم حنان، وبن أمهاني سمية. "تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء." (٢٠١٩).

