



Midocean university

كلية الإدارة.

Faculty of management

قسم / إدارة المشاريع.

Project management department

أثر تكرار نوعية معينه للمشروعات الصغيرة على أداء المشاريع،
وأرباحها وتنوع السوق، في مدينة الرياض المملكة العربية
السعودية.

دراسة تحليلية تطبيقية على تكرار مشروع المقاهي السعودية.

The impact of qualitative repetition of small
projects on the performance and profits of
projects and the diversity of the market in
Riyadh in the Kingdom of Saudi Arabia.

اسم الطالبة/سما ال مشيط .

الرقم الأكاديمي/ 233001151

اسم المشرف الرئيسي.

د. أسماء أبو عنزة.



شكر وتقدير

أشكر وأثنى وأحمد الواهب الذي يمن على بكرمه
ولطفه ورحمته دائما ..

وكل من علمني بعد الله من والدي ووالدتي، ومن
بعدهم ، وإلى استاذتي الفاضلة / الدكتورة
أسماء المشرفة على مشروع الماجستير لإدارة
المشاريع، والشكر لكل من سهل الطريق إلى
العلم .

وآخر دعواي الحمد لله رب العالمين

الباحثة

سما محمد ال مشيط.

الفهرس الموضوعات

الفهرس للأشكال

١	الفصل الأول
٢	المقدمة - مشكلة الدراسة
٣	أهمية الدراسة
٤	اهداف الدراسة
٥	فرضيات الدراسة
٦	النظرية العلمية المتبعة - تساؤلات الدراسة
٧	الفصل الثاني - الدراسات السابقة
٨	الاطار النظري
١٠	تاريخ المقاهي
١٠	أنواع وثقافة واثر المقاهي
١١	مستقبل المقاهي في عصر التكنولوجيا
١٣	تعريف الأداء
١٣	أهمية الأداء ومحدداته
١٤	ادراك الدور والمكانة
١٣	مفهوم التنوع
١٣	استراتيجية التوسع
١٤	الهيئة في المملكة العربية السعودية منشآت
١٥	المشاريع السعودية
١٦	القوة الشرائية
١٨	تأثير علم النفس التسويق على قرارات المستهلك
	علم نفس التسويق
٢٣	الاستهلاك واحصاءاته
٢٥	اقسام المقاهي
٢٦	عوامل نجاح وفشل المقاهي
٢٨	الفصل الثالث - منهجية الدراسة
٢٩	مجتمع البحث
٣٠	عينات من شركة سعودية
٣٢	الاقبال المتزايد يخلق ثلاث مشكلات
٣٨	العينة
٣٩	أدوات الدراسة - الحدود الزمانية المكانية والموضوعية
٣٩	الفصل الرابع تحليل البيانات
٤٣	التوصيات

٤٤	المراجع
٤٥	كتيب الاستبانة
٥٢	الملخص بالعربي
٥٣	الملخص الإنجليزي
قائمة الجدول	
١-٣	جدول تحليل البيانات
٤-٤ , ٣-٤ , ٢-٤ , ١-٤	استبانة تنوع السوق
٧-٤ , ٦-٤ , ٥-٤	استبانة الأرباح
٨-٤ , ٩-٤ , ١٠-٤ , ١١-٤ , ١٢-٤ , ١٣-٤	استبانة تقييم الاداء

الملخص:

دراسة الأثر والعلاقة ما بين المقاهي وكثرتها وأثرها على تنوع السوق، الأداء، الأرباح والخسائر.

المقاهي من المشروعات الصغيرة التي تزايدت في السنوات الأخيرة ، وكأنه المشروع الوحيد ، والذي قد يكون بسببه أصبحت المقاهي الأساس الأول في المشاريع الصغيرة ، وبوابة النجاح ، ومن ثم نحتاج للابتكار في باقي التفاصيل ، وهذا انعكس سلباً على تنوع السوق السعودي وتشعبه ، وتعدد احتياجات المجتمع في تغيير المشاريع الصغيرة وتنويعها ، لإشباع الاحتياجات ، والذي أدى بدوره الى خلق الملل ، وتكبد الخسائر للمشاريع الناشئة على ذات النوع وذات الخطى ، وانخفاض أداء العاملين ، بسبب الجهد والتعب الذي يجعلهم اما على محطة الانتظار للعميل لتحقيق تغطية التكاليف وتحقيق الأرباح ، او الجهد النابع من الحاجة الشديدة لخلق أفكار إبداعية لحملات تسويقية ، واجهة إعلامية ، واعلانات دعائية بشكل مستمر لما خلفته من المنافسة الشديدة ، احتمال الخسارة أكثر من الأرباح ، نتيجة الانجراف السريع ، وتكرار هذا المشروع ، وتشعب السوق منه ، وهذا البحث سيكشف الأثر الذي ترتب على كثرة المقاهي كنوع من أنواع المشاريع الصغيرة ، والعلاقة في ما بينهما ، تحديداً في مدينة الرياض المملكة العربية السعودية ، من سنة ٢٠٢٠ الى السنة الحالية ٢٠٢٤ ميلادي ، تهدف هذه الدراسة الى اكتشاف العلاقة والسبب من وراء الخسائر المتكبدة واغلاق المقاهي كمشاريع صغيرة مبتدئة ، وازدياد

المشاريع بشكل ملحوظ ، والمنافسة في السوق السعودي لهذه المشاريع أصبحت شرسة ، مما يؤدي للتكرار لهذا المشروع ، وعدم التنوع للسوق السعودي ، وصعوبة الدخول في هذا السوق كهذا النوع من المشروع ، التوصل لنتائج تثبت صحة العلاقة ، وتحديد مدى الأثر حتى يتم التعامل معه ولا يخلق مشكلة في السوق السعودي ، قياس الأداء للمقهى كبيئة داخلية على الموظفين والعملاء والإيرادات والرؤية المستقبلية ، وقياس الأداء بعد ازدياد هذا النوع من المشاريع الأداء داخليا ، وأثره وأدائه خارجيا كمساهمة منه فالسوق السعودي ودعم الرؤية ، تستهدف هذه الدراسة انه يوجد تفاوت واضح في الرؤية في الأرباح والخسائر على ميزانيات ومستقبل المقاهي السعودية في مدينة الرياض ، توجد احتياجات أساسية وثانوية للمستهلكين والمجتمع ، على رواد الأعمال الالتفات لاستثمارها كفكرة لبناء مشروع ، بدلا من التكرار الذي قد يخلف آثار سلبية قد تنشأ على المدى البعيد ، أو نشأت ولها بوادر أو علامات حالية ، في الخسائر وعدم تنوع في السوق ، وعد اشباع واحتياجات الزبائن ، وانخفاض فالأداء في بيئة المقاهي الداخلي ، وعلى مرتاديه .

الغاية من هذه الدراسة ليست لأثبت أسباب مشكلة في عالم المشاريع فحسب ، بل دراسة العلاقة والمسببات ، وعلاجها ، والانتباه للمتغيرات التي تحدث بشكل دائم قبل الاقدام على المشاريع ، إيجاد حلول ، اثبات نسب على وجود الأثر السلبي لكثرة المقاهي في الرياض ، بلغ عدد المقاهي في المملكة ١٥٠٠٠ وتم أخذ عينة لقياس اثر الدراسة عليه ، وتم استخدام أداة الملاحظة وجمع البيانات وأداة الاستبانة حتى نصل للنتائج .

Studying the impact and relationship between cafes, their abundance and their impact on market diversity, performance, profits and losses. Cafes are small projects that have increased in recent years, as if it were the only project, because of which cafes may have become the first basis in small projects, and the gateway to success, and therefore we need to innovate in the rest of the details, and this reflected negatively on the diversity and ramification of the Saudi market, and the multiple needs of society in changing and diversifying small projects, to satisfy the needs, which in turn led to the creation of boredom, and incurring losses for emerging projects of the same kind and steps, and the decrease in the performance of workers, because of the effort and fatigue that makes them either on the waiting station for the customer to achieve costs and achieve profits, or the effort stemming from the intense need to create creative ideas for marketing campaigns Media interface, and advertising announcements continuously because of the intense competition it left behind, the possibility of losing more than profits, as a result of the rapid drift, and the repetition of this project, and the saturation of the market from it, and this research will reveal the impact of the abundance of cafes as a type of small project, and the relationship between them, specifically in Riyadh, Saudi Arabia, from 2020 to the current year 2024 AD, this study aims to discover the relationship and the reason behind the losses incurred and the closure of cafes as small start-up projects, and the significant increase in projects, and the competition in the Saudi market for these projects has become fierce, which leads to the repetition of this project, and not The diversity of the Saudi market, and the difficulty of entering this market as this type of project, reaching results that prove the validity of the relationship, determining the extent of the impact so that it

is dealt with and does not create a problem in the Saudi market, measuring the performance of the cafe as an internal environment for employees, customers, revenues and future vision, and measuring performance after this type of projects increased performance internally, and its impact and performance externally as a contribution from it in the Saudi market and supporting the vision. This study aims that there is a clear difference in the vision in profits and losses on the budgets and future of Saudi cafes in Riyadh, there are basic and secondary needs for consumers and society, entrepreneurs pay attention to investing it as an idea to build A project, instead of repetition that may have negative effects that may arise in the long term, or have arisen with current signs or signs, in losses and lack of diversity in the market, the promise of satisfaction and the needs of customers, and a decrease in performance in the internal cafe environment, and on its patrons. The purpose of this study is not only to prove problem causes in the world of projects, but also to study the relationship and causes, treat them, and pay attention to the variables that occur permanently before projects, find solutions, prove ratios on the negative impact of the abundance of cafes in Riyadh. The number of cafes in the Kingdom reached 15,000 and a sample was taken to measure the impact of the study on it, and the observation and data collection tool and the questionnaire were used until we reach the results.

الفصل الأول

الفصل الأول.

المقدمة :

السوق السعودي في الآونة الأخيرة أخذ يتجه بالشكل التصاعدي في أعداد الزيادة من كل شيء المحلات التجارية، المطاعم المحلية والعالمية، العلامات التجارية سواء كانت سعودية أو اجنبية، خاصة مع رؤية سمو سيدي الأمير محمد بن سلمان ٢٠٣٠

، والمشاريع الكبرى والمشاريع الصغيرة، و بشكل محدد ودقيق ما أعنيه محلات إعداد القهوة وتناول المخبوزات، تسمى بالمقاهي، تعتبر من المشاريع الصغيرة لكنها أخذت في انتشار سريع ومكرر وهذا مما أدى الى اثار على الأداء في المقاهي، والأداء والاثار الذي تحدثه بعد تكاثر المقاهي في السوق، والاثار على الأرباح والخسائر، وعلى تنوع السوق.

مشكلة الدراسة :

هذا البحث لدراسة وتحليل تكرار المقاهي السعودية في مدينة الرياض كمشروع صغير وكان المشاريع الصغيرة انعدمت ولم يعد يجد الا هذا المشروع، واثرت بشكل ملحوظ في أداء المقاهي حيث شكل خسارات ، صعوبة في إيجاد الأرباح ، خلق منافسة شرسة ، تشبع السوق، وخلق مشكلة عدم تنوعه واشباع احتياجات أخرى ، توجد دراسات سابقة تم الرجوع اليها تؤكد انخراط وانسياق المراهقين والشباب لأي فكرة شائعة من المشاريع ، وجعلها متنفس او مكان ثاني عن الجامعة والمنزل والاجتماعات العائلية ، وكذلك تعتبر من الأماكن الغير مستغنى عنها ، وينجذبون للمكان التي يكون فيها مجموعه من نفس أعمارهم ، هناك تقارير اكدت على اصدار تراخيص لمقاهي وتم إغلاقها في نفس السنة ، الأسباب تكبد الخسائر وقوة المنافسة الشرسة ، وهذه المشكلة موجودة في الرياض وهذا بسبب قوة نجاح المقاهي فالبدايات فاستمروا على التكرار ، وهذا التكرار خلق علاقة سيتم اثباتها في هذه الدراسة هو

من كان السبب في تكرار هذا المشروع الذي أدى الى عدم تنوع السوق على المدى البعيد ، والخسائر ، والاثار كذلك على الأداء الموظفين والملاك والزبائن لان كل شي فالواقع ينعكس ويؤثر على كل شيء ، هناك الكثير من الموظفين يقاس على نفسيتهم الشعور السلبي والضعف فالإنتاج لانهم يشعرون ببوارد الفشل والخسارة لهذا المشروع ، وهذا الشعور والجو ينعكس على الزبائن ، خاصة ان الشباب والمراهقين يميلون للمكان الرائج المزدحم الناجح ، اذا رأينا على المدى البعيد ان هذه الفكرة والانجراف وراء المقاهي وتكرار هذا المشروع ، كيف سيصبح السوق ؟ سيصبح متشبع جدا بهذه الفكرة ، وعلى الجانب الآخر هناك علاقة وتبعات لإنه سينتج اما منافسة شديدة ستطلب جهد عالي لإثبات النجاح ، او الطريق الأقرب وهو الخسائر واغلاق هذه المشاريع .

أهمية الدراسة :

- ١- الدراسة تنبع أهميتها من إيضاح الخلل والالتفات الذي قد يحدث إثر سلبي من المشاريع الصغيرة على السوق السعودي والمشاريع المماثلة في الحجم والنوع.
- ٢- النسبة التي يحتاج معرفتها الشباب السعودي والسوق حتى يتم الالتفات لها واشباعها حتى تتم التغذية الراجعة بالفوائد العظيمة على السوق السعودي، وجني الأرباح، تنوع السوق، ازدياد الخبرات وأثره على الأداء الإيجابي في بيئة المقاهي الداخلية وكل ناحية في البيئة الخارجية .
- ٣- الانتباه من ان كل مشروع رائج له مده وزمن وقدرة استيعابية وهذه تعتبر سلاح ذو حدين إذا زادت او استخدمت بشكل مختلف سينعكس بالسلب على السوق والمشاريع واصحابها وحتى حاجة العملاء.
- ٤- استغلال القوة الشرائية الموجودة ومعرفة احتياجاتها ، وتنويع المشاريع .
- ٥- جميع ما سبق تعتبر أهمية عملية ، أما الأهمية العلمية أن الملاحظة أداة من خلالها أثبت العلاقة

٦- ما بين المتغيرات , وتنشأ لها تبعات على المدى البعيد ,ولها بؤادر يمكن إدراكها بالملاحظة والمراقبة وقياس النتائج عبر الوقت .

٧-من خلال اثبات الأثر تتعدد المتغيرات , ف عند ادراك العلاقة بين المتغيرين يكون هناك متغير ثالث ورابع وهذا من تبعات الأثر .
٨-كل شيء له نتيجة اما سلبيًا او إيجابيًا , وهناك نتائج تظهر , وهناك نتائج كامنة , تكون في مرحلة من المراحل هي السبب في الفشل او النجاح

أهداف الدراسة :

- ١-الدف الرئيسي هل تكرار المقاهي هو وراء عدم تنوع المشاريع الصغيرة وتكرار المقاهي , والخسائر , والاثار السلبي على الأداء .
- ٢-تهدف الدراسة لتحليل ازدياد المقاهي السعودية في مدينة الرياض وعلاقتها بالأثر الذي تحدثه في تشبع السوق السعودي خاصة في مدينة الرياض.
- ٣-التوصل لنتائج تثبت صحة العلاقة , وتحديد مدى الأثر حتى يتم التعامل معه ولا يخلق مشكلة في تشبع السوق السعودي, ومعالجة هذا الأثر.
- ٤-قياس الأداء للمقهى سواء كبيئة داخلية على الموظفين والعملاء والإيرادات والرؤية المستقبلية , وقياس الأداء بعد ازدياد هذا النوع من المشاريع الأداء داخليا , وأثره وادائه خارجيا كمساهمة منه فالسوق السعودي ودعم للرؤية .
- ٥-اثبات التغيير السلبي الذي أحدث لبعض مشاريع المقاهي وأثر بها اثر سلبي على الأداء من جميع النواحي التي ذكرت, والاثار الإيجابي المبالغ فيه لبعض المشاريع الصغيرة المقاهي وهذه ردة فعل متوقعة لأثر المنافسة الشديدة .
- ٦-ستهدف في هذه الدراسة انه يوجد تفاوت واضح في الأرباح والخسائر على ميزانيات ومستقبل المقاهي السعودية في مدينة الرياض.

- ٧- التكرار المستمر لنوعية واحدة من المشاريع ، يؤدم الى سوق متشبع ، وحاجات إنسانية ونفسية واجتماعية لمشاريع أخرى .
- ٨- المشروع المتكرر والذي يزداد يخلق شيئين منافسة شديدة تتطلب مجهود مادي ومعني لتنجح ، او خسائر اثر هذه المنافسة .
- ٩- العلاقة ما بين الوضع الخارجي وما يحدث واثره على الأداء النفسي والوظيفي ، كل شيء مترابط ولا يتجزأ .

فرضيات الدراسة /

- ١- تكرار المقاهي يؤثر على أداء المشروع ، ويؤثر في صعوبة على جني الأرباح ، وعدم تنوع السوق وتشبعه .
- ٢- الانجراف السريع للشباب والمراهقين وراء المقاهي ، جعل رواد الاعمال يختارون المقاهي كمشروع ويتكرر حتى لو السوق متشبع منه .
- ٣- وجود عدد هائل من المقاهي السعودية في الرياض سبب لخسائر مشاريع صغيرة ناشئة لها ذات الفكرة .
- ٤- كثرة المقاهي السعودية في مدينة الرياض أدى إلى تشبع السوق من فكرة المقاهي ، حتى لو تميزت بفكرة مختلفة كالقهوة المختصة ، او التدريب ، او التحميص للبن .
- ٥- قضاء أكثر نسبة من الوقت في المقاهي يجعل الأفكار الشبابية والرغبة تتجه لتكرار ذات المشروع .
- ٦- عدم التعرض لمشاريع المقاهي السابقة والعقوبات والخسائر كنموذج مما يجعل التكرار لهذا المشروع يستمر .
- ٧- تكرار المقاهي تسبب هاجس او قلق للمشاريع الصغيرة ذات الصلة ، تكسب وتحتكر زبائن ، تتطلب حملات تسويقية ودعاية بشكل مجهد ومكلف ، ربح وخسارة بشكل متقطع ونسبي .
- ٨- الملل والتعب بما يتعلق بالأداء الداخلي للعاملين والادارة للمقهى ، هذا بسبب الحراك الصعب والتنافس الشديد والانتظار للزبون ، والقلق من تغطية التكاليف والوصول للأرباح .
- ٩- انسحاب كثير من المقاهي السعودية بالرياض واقفالها بسبب تشبع السوق ، ملل المجتمع من فكرة تكرار المقاهي ورغبتهم فالبحت عن أفكار مختلفة

١٠- انتظار رواد الاعمال أفكار رائجة وشائعة أخرى تخرج لأنه أصبح نمط في عالم المشاريع وهو التكرار ظنا منهم النجاح متناسين الابتكار.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث.

منهج تحليلي تطبيقي ، وتم استخدام الاستبانة والملاحظة والقياس حتى يتم الحصول على البيانات الثانوية ،

لدراسة واثبات العلاقة ما بين المتغيرات واثـر كل منهما على الآخر، والأداء المتعلق بالسلوك البشري .

تساؤلات الدراسات:

- هل تكرار المقاهي أثر على أداء المشاريع بكل تفاصيله ، وأثر على أرباحها ، واثـر على تنوع السوق ؟
- ما هي الأسباب التي جعلت الموجه في سوق المشاريع الصغيرة تتجه باحتكار الأفكار الإبداعية وتكرار مشروع المقاهي؟
- ما هي الدوافع الإدارية، والإنسانية، الفكرية، التي ساهمت في الاستمرارية في التوجه للمقاهي كمشروع صغير، وعد الالتفات والانتباه لماذا سيخلق هذا الطريق؟
- ما هي الأسباب الأخرى التي ساعدت في خسارة هذا النوع من المشاريع؟
- هل توجد احتياجات أخرى من المشاريع للمجتمع تحتاج اشباع غير المقاهي؟
- كيف كان الأداء للمقاهي في بداية ظهورها من ناحية الأرباح، أداء الموظفين، البيئة الوظيفية، العملاء. الإيرادات، الخسائر، هل تم المساهمة والنجاح والانجاز في الرؤية والحراك ام لا؟
- كيف أصبح الأداء بعد الثورة والزيادة في أعداد المقاهي وكيف انعكس على جميع التفاصيل؟
- ما هي الإيجابيات التي أحدثتها المقاهي ونسبتها في التعيير الإيجابي؟ والموازنة النهائية لأثار الإيجابيات واثـر السلبيات؟ وما هي النتيجة الجيدة هل ما يحدث الآن بكثرة المقاهي، ام بعدد معتدل؟

الفصل الثاني

الدراسات السابقة .

مقدمة :

هناك دراسات تحدثت عن المقاهي واثرها على الجانب النفسي لمختلف الفئات العمرية ، ان من يستخدم المقاهي كملجأ ومتنفس وبديل عن العلاقات الاجتماعية ، ويشبع الحاجة النفسية للتعرف على الآخرين ، والتنزه بمفرده ، هذه الحاجات النفسية والاجتماعية هي الدوافع لرواد الاعمال واستغلالها حتى ينجح فتم تكرار هذا النوع من المشاريع ، لانهم ادركوا الحاجة وسعوا لإشباعها ، والنقطة الثانية ان الحاجات النفسية والإنسانية لانهاية لها ، فلو كانت المقاهي هي البديل والنقطة للإشباع ، فسيتم استمرار الحاجات لمشاريع أخرى ، لان على المدى البعيد ستتشبع الأسواق بمثل هذه المشاريع ، وستؤدي سلبي الأضرار أخرى على مشاريع مبتدئة في نفس المجال ، بخسارات ، ومنافسة شديدة ، وعدم تنوع السوق ، والعلاقة في ذلك ان لانسى اثارها على الجوانب المجتمعية الأخرى، سواء من الناحية المهنية، وناحياتها الأخرى تجاه النهضة والتنوع ، والناحية الأخير المكاسب والخسائر على الصعيد المالي ، النفسي ، وهذا الأثر قد يكن ببدايته إيجابي ولكن ما ان ازدادت النسبة ينقلب على صاحبه ويصبح الأثر سلبي ، على بقية المشاريع واصحابها وعلى المجتمع ، الدراسة كذلك ناقشت السلوك الإنساني والمشكلات النفسية ، وكيف ان كل شي فالخارج اما يساهم بعلاج هذه المشكلات ، او سيكون ما هو موجود فالخارج سبب في وجود هذه المشكلات ، وما اقصده هو تكرار المقاهي وما خلفه هذا التكرار من اثر على الأداء الوظيفي والنفسي للزبائن والموظفين ورواد الأعمال .

الدراسات السابقة :

تردد المراهقين على مقاهي الانترنت، وعلاقته ببعض المشكلات النفسية .

دراسة مقدمة لقسم علم النفس بكلية التربية جامعة ام القرى بمكة المكرمة ، أ/عبد الله احمد الغامدي .

١٤٢٩ / ١٤٣٠

الإطار النظري /

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، عينة مقدارها ٣٠٠ طالب من المترددين على مقاهي الانترنت.

المتغير المستقل: هي المقاهي وكثرتها .

المتغير التابع : هي تبعات واثار كثرة المقاهي ، تشبع السوق ، المنافسة الشديدة ، الخسائر ، الأداء المنخفض للمشروع ومن فيه .

توصلت النتائج للدراسة :

- تزايد نسبة المراهقين وتعلقهم بالإنترنت واستخدمهم له بنسبة ٣٧٪ .
- الاستخدام اليوم للإنترنت زاد بنسبة ٢٠٪ .
- استخدام الانترنت للتسلية بنسبة ٦٦٪ .
- نسبة مرتادين المقاهي من اجل التسلية ٤٤٪ .
- استخدام الانترنت والذهاب للمقاهي كبديل اجتماعي عن الشعور بالوحدة .
- المقاهي بداية اثرها إيجابي ولكن اثارها السلبية كامنة ، تسرق الوقت ، تنعكس على أداء الطلاب اذا ما استخدمت بشكل إيجابي .
- المشاريع تؤثر بالأشخاص وتتأثر بهم اما بشكل إيجابي وتساهم فيهم او بالسلب .
- الدوافع للحاجة لهذا النوع ثانوية ، وهذا يؤكد سرعة القبول والرفض ، وسرعة الانجراف والاختيار لهذا النوع من المشاريع وهذا مؤشر مهم يجب الانتباه له .

في هذه الدراسة ما يثبت وجود سلسلة مترابطة من المتغيرات والحاجات مع بعضها البعض , وهذا يجعلنا نكتشف الأسباب والدوافع , وقياس نجاح المشاريع وفشلها من خلال هذه المتغيرات والأسباب والدوافع .

ومن خلالها كذلك نكتشف السلوك والجانب النفسي الذي يتأثر بكل شي , وقد يكون هو المؤثر والسبب في وجود هذه المشاريع .

من خلال الدراسة السابقة تثبت ان عند الرغبة في معرفة أهمية الشيء من عدمه , لابد من قياس السوق والمكون الرئيسي في هذا السوق وهو الناس وحاجاتهم النفسية وسلوكياتهم في الإشباع لهذه الحاجات .

الدراسة تناولت شكل الأشخاص في الاقبال على هذا النوع من المشاريع ووصفه وهذا ما يساعدنا في هذه الدراسة في اثبات حركة السوق والمقاهي اذا كانت ناجحة ولها رواج , والحركة السريعة والاهتمام وافكارهم هي السبب في الانجراف لتكرار هذا النوع من المشاريع .

العلاقة والاثار , الأداء السلبي الذي خلفته هذه المقاهي على الطلاب وادائهم الدراسي , وهذا ما اقصده بتقييم الأداء , فشل ونجاح مشروع المقهى سيؤثر بالزبائن على الشراء والاقبال وحب المكان او رفضه , والموظفين والجهد واليأس في حالة الفشل للمشروع , او فالبدايات الذي يحتاجونه من جهد عالي لإثبات ذواتهم بسبب المنافسة .

المقاهي من اهم اشكال المشاريع التي نشير اليها اذا وصفنا المشاريع ذات الحركة السريعة , سهل وبسرعة الاقبال عليها , وسهل وبسرعة الانصراف عنها وعد الاقبال عليها , والاثار السلبية التي ستكون اذا لم يتم التعامل مع هذا الشكل من المشاريع .

الدراسة ركزت على المقاهي كظاهرة لها اثر واضح , وفي جانب المشاريع خاصة في مدينة الرياض لها بروز واضح كمادة تناقش في مجال المشاريع .

-تاريخ المقاهي:

تعود أصول المقاهي إلى القرون الوسطى في العالم الإسلامي، حيث كانت تعتبر مراكز للنقاش وتبادل الأفكار والمعرفة. انتشرت فكرة المقاهي في أوروبا خلال القرن السادس عشر، وانتقلت إلى أمريكا مع المهاجرين الأوروبيين.

-أنواع المقاهي:

تتنوع المقاهي بشكل كبير حول العالم، وتعتمد تصنيفاتها على عدة عوامل مثل الديكور، والقائمة، والجو المحيط بالمكان. من بين أشهر أنواع المقاهي: المقاهي التقليدية، والمقاهي العصرية، ومقاهي المختصة.

-ثقافة المقاهي في العالم العربي:

تحتل المقاهي مكانة خاصة في الثقافة العربية، حيث تعتبر نقطة اجتماعية مهمة للناس من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية. تتميز المقاهي في العالم العربي بأجوائها الدافئة وتقديم الشاي والقهوة العربية التقليدية.

-أثر المقاهي على المجتمعات.

تلعب المقاهي دوراً هاماً في تشكيل المجتمعات وتعزيز الروابط الاجتماعية بين أفرادها. إنها أماكن تسمح للأشخاص بالتواصل وتبادل الآراء والأفكار بشكل حر، مما يسهم في تعزيز التفاهم والتسامح بين الناس.

-المقاهي والأدب والفنون.

لطالما كانت المقاهي مصدر إلهام للكتاب والفنانين، حيث كانوا يجتمعون فيها لمناقشة أعمالهم وتبادل الأفكار. بعض أشهر الأدباء والشعراء والفنانين كانوا يعتبرون المقاهي مقرا لهم ولإبداعاتهم.

-مستقبل المقاهي في عصر التكنولوجيا.

مع تطور التكنولوجيا، بدأت المقاهي تتكيف مع العصر الحديث عن طريق تقديم خدمات الإنترنت وتوفير مساحات للعمل والدراسة. يعتبر ذلك تحولا هاما في مفهوم المقهى التقليدي ويعكس اندماجها مع الثقافة الرقمية.

يعتبر المقهى لأي مدينة في العالم كأحد مرافقها العامة ومرآة لها يعكس تلاوينها الزاهية والباهتة على حد سواء تعبيراً عن مزاجها العام، وهو بمثابة العتبة من البيت، والشرفة التي تطل منها على العالم. هكذا هي المقاهي في مدننا، وكذا هي في العالم، تتناقص حيناً وتزدهر أحياناً تبعاً لحال البلد فحالتها من حاله، وما يرضيه يرضيها.

-تاريخ انتشار القهوة:

اختلفت الروايات التي أوردتها المؤرخون حول تاريخ اكتشاف البن وانتشار القهوة التي كانت سبباً لإقامة المقاهي العامة، أياً كانت فرضية نشوء فكرة المقهى يبقى الأساس الوحيد لوجودها هو حاجة الناس في المدن إلى مساحة عامة أو مكان محايد يلتقون فيه لمناقشة قضاياهم العامة ومتابعة مصالحهم الاقتصادية أو حتى من أجل التسامر، تماماً على عادة أهل القرى الذين يلتقون في ساحة القرية العامة على مختلف مناسباتهم الاجتماعية، ومع تعاظم مبرر وجودها باتت ضرورة حياتية فتكاثرت وتنوع روادها وتعددت أهدافها وصارت تحمل أسماء لها للدلالة عليها.

ولعل أقدم مقهى عرف تاريخيا كان في دمشق عام ١٥٣٠، وكان مساحة لمناقشة اوضاع الخلافة على ما تقول الروايات التاريخية، لتتوالى المقاهي من القاهرة، الى بغداد، يافا، وبירות، خلافا لبعض المدن العربية على الأخص ف

المغرب التي كانت على وتيرة أقل في هضم فكرة ارتياد المقاهي لأسباب سوسيولوجيا خاصة .

أصبح للقاء في المقهى مفهومه العام في كل العالم يرتادها أناس من مختلف الاطراف وعلى اختلاف مشاربهم منهم رجال أعمال، عابرو طريق. رواد أدب وفكر، ساسة، ولكل منهم غرضه، عند البعض هو ملاذ، حتى صار المقهى حاجة حياتية للناس بمفاهيمه المتعددة، على الأخص المنقفيين منهم، الذين منحوا المقهى جزءا من ملامحهم الإبداعية فأكسبوه شهرة وزخما، فتحوّلت بفضلهم بعض المقاهي الى ركن ثقافي كانت للفكر فيه صولات وجولات. وبرزت أسماء ووجوه، أمثال العقاد ونجيب محفوظ والجواهري وأدونيس والماغوط والخال وسعيد عقل ويوسف الصايغ. هم كل هذه الإضاءات في رحابنا الثقافية.

دمشق التي تطل منذ الأزل

نبدأ مع دمشق التي أنشئ فيها أول مقهى في المنطقة في زمن الخلافة، ومنذ ذلك الأمد بقيت دمشق على عهدا في فتح المقاهي الى اليوم، وروادها الى اليوم لم يغادروا مقاعدهم، رغم أزيز الرصاص، فثمة حكايات لم ترو بعد عن وجه مدينة تطل منذ الأزل.

يحتل مقهى «الهافانا»، اسمه بالأصل مقهى الرشيد موقع الصدارة في الذاكرة الجماعية للدمشقيين الى جانب مقهى الروضة ومقهى البرازيل، ومن رواده الأديب محمد الماغوط الشاعر اسماعيل عامود، شريف الراحداش، وقصده الشعراء بدر شاكر السياب وعبد الوهاب البياتي وأحمد صافي النجفي، والشاعر القروي ومحمد مهدي الجواهري وأحمد عبد المعطي حجازي ورجاء النقاش، ومن الفنانين المصريين محمود المليجي وفريد شوقي والمطرب عبد المطلب حتى أنهم شبهوه بمقهى الفيشاوي الذائع الصيت في مصر، ولكل واحد منهم حكايته يرويها عن مقهى «الهافانا» الدمشقي.

واليوم لأهمية هذا «المقهى الصرح» التاريخية والمعنوية والثقافية بما يشكل من ذاكرة لأحداث شهدا باتت تملكه وزارة السياحة السورية، إثر محاولة أحد التجار شراءه بغية تحويله لمحل تجاري وكاد أن ينجو بفعلته لولا تصدي أحد المثقفين الأوفياء للمقهى، وقاد حملة ما أجبره على التراجع.

تعريف الأداء :

هو "درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة وغالباً ما يحدث لبس أو تداخل بين الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد.

إن تعريف الأداء هو "قياس للنتائج.

أهمية الأداء :

توجد المنظمات لتحقيق الأهداف، التي إذا غابت تصبح هذه الأخيرة بلا غاية

إن أي مقياس لفاعلية المنظمة يجب أن يربط بين أدائها الفعلي والمستويات التي حددت كأهداف لها . كما يعبر الأداء عن العوامل الأساسية التي تبني عليها القرارات في المسار المهني للفرد لارتباطهما بمستقبله المهني

حيث يحقق الأهداف المرسومة والمرتبطة بالأداء.

محددات الأداء

أولاً: الكفاءة المهنية للأداء :

تعتبر الكفاءة المهنية عبارة عن الإمكانيات التي تتوفر لدى الفرد ويتفوق فيها بحيث تؤهله لشغل منصب العمل والاستمرار فيه

حيث يكون ويمكن قياسه من خلال ثلاثة مفااهيم هي:

أ- القدرات :

وهي الإمكانيات الحالية للفرد .

ب- المهارات:

وهي استخدام مختلف القدرات في الواقع العملي والتطبيقي.

ج . الاستعدادات:

وهي الإمكانيات الكامنة حاليا والتي يمكن إطلاقها بتوفير الظروف المناسبة .

ثانيا : الدافعية :

تعمل المنظمات للحصول على أفراد ممتازين يتمتعون بقدرات ومهارات عالية

وحتى لو عملت على تنمية هذه القدرات فإنها لا تستطيع أن تتأكد من أن أدائهم سيكون ملائما أو مناسباً .

ولهذا فإن وظيفة أخرى من وظائف إدارة الموارد البشرية يجب أن تعمل على تنشيط أو تحفيز قوة العمل , والتي يشار إليها عادة بالدافعية ، أي أنه لو تساوى عدد من الأفراد في القدرات والمهارات والخبرات اللازمة لأداء عمل معين .

فإنه قد يوجد بينهم تفاوت في مستوى الأداء نتيجة تفاوتهم في درجة الاهتمام والحساس والرغبة في أداء العمل الموكل إليهم , فهي تعتبر القوة الدافعية لأداء العمل .

ثالثا : إدراك الدور والمكانة :

وهو يشير إلى الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله

وتقوم الأنشطة والسلوك الذي يعتقد الفرد بأهميتها في أداء مهامه

ولتحقيق مستوى مرضي من الأداء لابد من وجود إتقان في كل مكون من مكونات الأداء .

مفهوم التنويع :

يراد بهذا المصطلح إنتاج سلع إضافية أو بديلة بحيث تدمج مع السلع التي تقدمها المؤسسة للمستخدمين، ويمكن استخدام خطط أخرى مثل إحداث تعديلات في طبيعة السلع ومظهرها الخارجي وسماتها العامة، والهدف من تلك الاستراتيجية هو الحصول على فرص ربح أكبر للمؤسسات عبر مد خطوط إلى أماكن جديدة لضم عملاء جدد، ومثال ذلك قيام بعض الشركات المتخصصة في السيارات بتنويع سوق المنتجات عبر إضافة موديلات جديدة للسيارات، أو التوسع في الأنشطة المتصلة بنفس المجال مثل العمل في مجال الشاحنات، وتتعدد أشكال الاستراتيجية من حيث إنتاج سلعة واحدة في وسط واحد مثلما فعلت مؤسسة دبليو دي المتخصصة في الزيوت وشحم الموتور.

الفارق بين استراتيجيات التنويع والتوسع :

يوجد فارق كبير بينهما ، حتى وإن تقاربت غاياتهما ، فتنويع سوق المنتجات هو إحدى الاستراتيجيات التي تلجأ إليها الشركات للتطرق إلى السوق بحيث تقدم منتجات ليست موجودة ؛ فهي إمداد بمنتج حديث، وهي بذلك تتعارض مع استراتيجيات التركيز على صناعة واحدة، أو التخصص، وهي من المحاور الهامة التي تشغل بال المسؤولين بسبب أنها المعيار المحدد لمستوى وحجم التنافسات الخاصة بالشركة ومقدار الأرباح التي تحصل عليها، ويوجد أشكال عديدة من التنويع في الاقتصاد مثل: التنويع الرأسي والأفقي، وغير المتوافق وهو القائم على التجميع بين منتجات غير متجانسة، والتنويع المركز.

فيما تعرف استراتيجية التوسع :

بأنها قائمة على رغبة المؤسسة في الوصول إلى النمو المرتفع بالنظر إلى الأرباح السابقة لها، ويحدث ذلك ببحثها عن أسواق أخرى تروج فيها نفس المنتجات دون حرص على إدخال أي سلعة جديدة، وتلجأ الشركات إلى هذه الاستراتيجية بسبب اكتفاء الأسواق القديمة من المنتج وبحثهم عن بديل، فلا يكون أمام الشركة لتحقيق النمو إلا الخروج إلى سوق آخر.

الهيئة في المملكة العربية السعودية التي تعنى بالمشروعات والمنشآت الصغيرة والكبيرة.

تعدت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة "منشآت"، والتي تأسست عام ٢٠١٦م، عنصر رئيسيا لتحقيق مستهدفات رؤية السعودية ٢٠٣٠ الساعية لتنويع الاقتصاد الوطني، وتمكين القطاع الخاص، وتوفير الفرص لرواد الأعمال، ودعم تنمية المجتمع السعودي، مكنهم من تحقيق النمو والازدهار. من خلال تعزيز ثقافة ريادة الأعمال، وتطوير مهارات رواد الأعمال بما يمكنهم من تحقيق النمو والازدهار.

الوصول للتمويل:

التعاون مع البنوك، والمؤسسات المالية، والهيئات العامة لتشجيع التمويل بضمانات زيادة التمويل من خلال برنامج "كفالة"، الذي يوفر القروض للمنشآت الصغيرة والمتوسطة دعم ريادة الأعمال تعزيز ثقافة ريادة الأعمال من خلال تشجيع الابتكار والإبداع تقديم البرامج الإرشادية، والخدمات الاستشارية، وحاضنات الأعمال لدعم انطلاق الشركات الناشئة.

تحسين المهارات وبناء القدرات:

برامج التدريب والتطوير لتعزيز مهارات وقدرات المنشآت الصغيرة والمتوسطة تقديم الدعم من خلال الإدارة المالية، والتسويق، والعمليات، والتخطيط الإستراتيجي.

دعم ريادة الأعمال:

تعزيز ثقافة ريادة الأعمال من خلال تشجيع الابتكار والإبداع تقديم البرامج الإرشادية، والخدمات الاستشارية، وحاضنات الأعمال لدعم انطلاق الشركات الناشئة.

الدعم التنظيمي:

تأيد السياسات الداعمة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة لخلق بيئة أفضل للأعمال التعاون مع الجهات الحكومية لتذليل العقبات التنظيمية، وتبسيط الإجراءات الإدارية.

التوسع في الأسواق:

ربط المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالعملاء، والموردين، وشركاء الأعمال المحتملين تنظيم فعاليات تواصل الأعمال، والمعارض التجارية، ولقاءات الأعمال لتعزيز التعاون.

ما المقصود بالمنشأة الصغيرة أو المتوسطة؟

المنشآت متناهية الصغر:

لديها من ١ الى ٥ موظفين، تحقق إيرادات من صفر الى ثلاث ملايين ريال سنويا .

المنشآت الصغيرة:

لديها من ٦ الى ٤٩ موظف، تحقق إيرادات من ٣ مليون الى ٤٠ مليون سنويا .

المنشآت المتوسطة:

لديها من ٥٠ الى ٢٤٩ موظف، تصل إيراداتها من ٤٠ مليون الى ٢٠٠ مليون سنويا .

المشاريع السعودية .

بأكثر من ٤٠ مشروعا ، تأتي أبرز مشاريع رؤية ٢٠٣٠ لتدعم العديد من القطاعات الحيوية في السعودية، كما تمكنت من تسليط الضوء على التراث، واستغلال الطبيعة الجيولوجية للمملكة لتعزيز الناتج المحلي الإجمالي من قطاع السياحة، علما أن السعودية تصدرت دول مجموعة العشرين من حيث عدد نمو السائحين، كما جاءت في المركز الثاني عالميا ، لتحقيق نمو بنحو ٥٠ في المئة خلال الأرباع الثلاثة الأولى من عام ٢٠٢٣.

كما يتعدى الأمر قطاع السياحة الذي يعتبر من أوفر القطاعات حظا في السعودية، ولعل أحدث ما يتعلق بالقطاع إعلان ولي العهد السعودي الأمير محمد بن سلمان إطلاق شركة رادار لتطوير مشروع وادي أبها بمنطقة عسير ليكون باكورة أعمالها؛ بهدف الاستفادة من التراث العريق لتطوير طابع هندسي ومعماري يمكنه أن يصبح مركزا حضاريا ووجهة سياحية، بما يتماشى مع رؤية السعودية ٢٠٣٠.

فبعد هذا التنوع الهائل من المشاريع لابد من المواصلة في الابتكار في نوعية المشاريع وعد التكرار المتزايد .

القوة الشرائية :

يعتبر مؤشر القوة الشرائية من المؤشرات الجوهرية في تقييم قدرة الاقتصاد؛ حيث يدل هذا المؤشر على قدرة الفرد على الشراء الفعلي من نقاط البيع.

ولا يركز قياس القوة الشرائية على قيمة المبالغ المالية التي صرفها الأفراد في منطقة معينة فقط، بل يتم مقارنة هذه القيمة بعدد السكان من جهة، ثم يتم مقارنة القوة الشرائية بين المناطق الجغرافية المتعددة داخل الدولة الواحدة من جهة أخرى.

وهكذا، توضح القوة الشرائية بالمقارنة مع عدد السكان مستوى معيشة السكان في منطقة محددة، وما إذا كان هناك تفاوت كبير بين المناطق، الأمر الذي يوضح النقاط التي يمكن للدولة أن تتدخل فيها لمعالجة اختلال التوازن الاقتصادي.

وفي تقرير البنك المركزي السعودي الخاص بالقوة الشرائية في المملكة للعام ٢٠٢٠-٢٠٢١، فقد اعتمد التقرير في قياس القوة الشرائية على عمليات الشراء التي يجريها الشخص الواحد على نقاط البيع في منطقته

وبالنتيجة، فقد أظهر التقرير أن مدينة الرياض تحظى بأعلى قوة شرائية للفرد في المملكة، بينما احتلت مكة المكرمة المركز السابع قبل الأخير في القوة الشرائية قبل منطقة الجنوب.

وإذا رجعنا إلى مقارنة عدد السكان بالقوة الشرائية، نجد أن مكة المكرمة تحتل المركز الأول بعدد السكان، والمركز قبل الأخير في القوة الشرائية بالنظر إلى مدن المملكة، الأمر الذي يوضح وجود فجوة كبيرة في مستوى المعيشة بين الرياض ومكة المكرمة.

كما توجد فجوة أقل منها في منطقة الجنوب بين عدد السكان المرتفع والقوة الشرائية المنخفضة. بالمقابل، نجد أن عدد السكان في بعض المدن أقل بكثير من القوة الشرائية المرتفعة فيها؛ مثل حائل وتبوك والقصيم، ويمكن اعتبار الكفة متوازنة بين عدد السكان والقوة الشرائية في المدينة المنورة والمنطقة الشرقية.

ويمكن اعتبار وجود تفضيل للقوة الشرائية على عدد السكان في مدينة الرياض على اعتبار أنها المركز التجاري الأساسي في المملكة، كما أن ثقافة الدفع الإلكتروني منتشرة فيها.

لكن على الرغم من تفوق القوة الشرائية لكل من مدن حائل وتبوك والقصيم على مكة المكرمة، إلا أن عدد عمليات الشراء في مكة تتجاوز هذه المدن؛ الأمر الذي يدل على انتشار ثقافة الاستهلاك للسلع والخدمات منخفضة القيمة لعدد كبير من العمليات.

بناءً عليه، يمكن لوزارة التجارة أن تمنح تسهيلات للمشاريع الراغبة بالتأسيس في مكة المكرمة ومناطق الجنوب، ذلك على صعيد التسهيلات الإجرائية أو الإعفاءات الضريبية لسنوات عديدة.

كل هذا بهدف تشجيع أصحاب المدخرات على استثمار مدخراتهم في هذه المناطق الأمر الذي سيؤدي إلى إيجاد فرص عمل، وهو ما سينعكس إيجاباً على أهالي المدن التي تعاني من ضعف القوة الشرائية سواء من حيث دعم الدخل ومستوى المعيشة، أم من حيث زيادة المشاريع وعدد نقاط البيع.

ومن جهة أخرى، إذا أردنا أن نطلع على القطاعات الأكثر جذبا لعمليات الشراء في المملكة، نجد الأطعمة والمشروبات والمطاعم والمقاهي في الدرجات الأولى، وبفارق كبير عن مواد التشييد والبناء التي تحتل المرتبة الثامنة، فيما تذيّل التعليم والاتصالات والمنافع العامة سلم الترتيب في المراكز ١٥ وما بعد.

يشير هذا الواقع، إلى وجود اندفاع استثماري هائل نحو مشروعات الأطعمة والمشروبات، في ظل مستوى منخفض فيما يخص القطاعات الاستثمارية الاستراتيجية؛ مثل مواد البناء التي تعمل على تغذية قطاع المقاولات الجوهري في تحقيق التنمية.

أما عن قطاع التعليم، فالمرتبة التي يحتلها في مؤخرة الترتيب، تجعلنا نؤكد على ضرورة النهوض بهذا القطاع من حيث الدعم المالي والتسهيلات الاستثمارية بشكل سريع، فلا يمكن تحقيق التنمية بغير الاعتماد على الاستثمار في العقول أولا.

تأثير علم نفس التسويق على قرارات المستهلك.

لم يعد النجاح في التسويق مجرد مسألة

عرض منتجات أو خدمات بجودة عالية فحسب، بل أصبح يعتمد بشكل متزايد على فهم أعمق لسلوك المستهلكين ودوافعهم. هنا يأتي دور علم نفس التسويق، الذي يدرس كيفية تأثير العوامل النفسية على القرارات الشرائية للأفراد. من خلال تحليل العواطف، والدوافع، والتفضيلات، يمكن للشركات تصميم استراتيجيات تسويقية تستهدف عقل وقلب المستهلك في آن واحد، مما يضمن نجاحها في جذب العملاء والاحتفاظ بهم.

علم نفس التسويق هو مجال يهتم بفهم كيف تؤثر العوامل النفسية على سلوك المستهلكين وقراراتهم الشرائية. يتناول هذا العلم مجموعة من العوامل التي تؤثر على اختيارات المستهلكين، مثل الدوافع، والاحتياجات، والتفضيلات، والإدراك، والعواطف. يساعد علم النفس التسويقي الشركات على تصميم حملات تسويقية تستهدف احتياجات ورغبات المستهلكين بطرق فعالة.

يهتم علم النفس التسويقي بالعواطف وتأثيرها على قرارات الشراء، وإدراك المستهلك ورؤيته للمنتجات والعلامات التجارية، والدوافع التي تدفع المستهلكين لشراء منتج معين، وكذلك الطرق التي يمكن استخدامها لتحفيز المستهلك لاتخاذ قرار الشراء.

فعلى سبيل المثال عندما تقرر شركة إنتاج سيارة جديدة من ماركة معينة، هنا يمكن أن تستخدم الشركة مفهوم الندرة لإثارة رغبة المستهلكين في الشراء من خلال التركيز في الاعلان على أن هناك عددا محدودا من السيارة من هذا الاصدار الجديد وبالتالي تحفز المستهلكين على الشراء قبل نفاذ السيارة من الأسواق وضياع الفرصة عليهم. كما أن هذا يتضمن تحفيز الأفراد بالشراء حتى يكونوا تمييزين عن الآخرين الذين لا يملكون هذه السيارة. كما تستخدم الشركة التأثير الاجتماعي حيث إن عدم توافر كميات كبيرة من السيارة يزيد من تأثير الضغط الاجتماعي ويدفع المستهلكين الآخرين للشراء.

٢٥

استخدمت الصين التسويق العاطفي في تسويق سيارة جيدور ترافيل من خلال ربط السيارة بمفهوم "السفر" وتلبية احتياجات العائلة والمغامرات البرية، ركزت جيدور على وجود علاقة عاطفية بين المستخدمين والسيارة من خلال المزج بين السفر وصناعة السيارات لتلبية احتياجات المستخدمين في حياتهم اليومية ورحلاتهم. تم توجيه رسالة التسويق لجذب العملاء من خلال التركيز على الراحة والأمان، بالإضافة إلى التكنولوجيا المتقدمة والتصميم الجذاب الذي يثير المشاعر والرفاهية داخل السيارة.

مثال آخر عند إطلاق أجهزة iPhone ، تستخدم أبل مشاعر الفخر والتميز لجذب المستهلكين. من خلال تقديم منتجاتها كرمز للأناقة والتفرد، تجعل العملاء يشعرون بأنهم جزء من مجتمع متميز يمتلك أفضل وأحدث التكنولوجيا. فنجد أبل تستخدم أسلوباً يجعل العملاء يشعرون بأنهم جزء من مجتمع مستخدمي أبل، وهو ما يعزز الولاء للعلامة التجارية. كما تستخدم المشاهير والمؤثرين للترويج لمنتجات أبل لتعزيز الشعور بأن هذه المنتجات هي الخيار الصحيح الذي يجب على الجميع اتباعه. كما تهتم بالتصميم الرائع والبسيط بهدف تعزيز الإدراك بأن المنتجات هي ليست فقط أدوات تقنية، بل قطع فنية.

يتضح أن علم نفس التسويق ليس مجرد أداة إضافية للشركات، بل هو جزء أساسي من استراتيجيات التسويق الفعالة. من خلال فهم العوامل النفسية التي تحفز المستهلكين، يمكن للشركات تحسين عروضها، وبناء علاقات أقوى مع عملائها، وزيادة معدلات الولاء. ومع تطور السوق وزيادة المنافسة، يصبح تطبيق مبادئ علم نفس التسويق أكثر أهمية، حيث يمكنه أن يكون الفارق الرئيسي بين النجاح والفشل في الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أهداف الأعمال.

كثيرة هي الأسباب التي تدفع قطاع المقاهي في المملكة إلى النمو، وتقوده إلى تحقيق طفرات غير مسبوقة، سواء من جهة أعداد المقاهي أو من جهة حجم الاستهلاك، فأولاً هناك وفرة وازدياد مضطرد في مشاريع توصيل الطلبات إلى المنازل، بالإضافة إلى خروج المقاهي عن النمط المألوف، وهو ما مكنها من جذب أعداد وشرائح أكثر من المستهلكين.

وثالثاً، وهذا هو الأهم، أن المملكة تولي مسألة ريادة الأعمال أهمية كبرى، بل تريد أن يلعب رواد الأعمال دوراً فاعلاً على صعيد الاقتصاد الوطني والدفع به قدماً.

تاريخ المقهى :

المقهى منشأة شرقية عرفت أولاً في الشرق وأواسط القرن السادس عشر الميلادي سافر إلى المشرق طبيب ألماني يدعى "ليونارد أو فولف" وزار الشام ،

ورأى في مدينة حلب أول مقهى وشرب فيه أول قدح من القهوة شربه في حياته وعاد إلى ألمانيا يصف المقهى والشراب الأسود الذي يشبه الحبر وكان المقهى في تلك العصور، لا يخرج عن مكان مفتوح يؤممه الناس ويشربون فيه القهوة جلوسا على الأرض، وكانت القهوة قد عرفت في البلاد العربية قبل ذلك بنحو مائة عام، ولم يكن المقهى ذائعا إلا في العواصم الكبيرة

وعرف الترك المقهى من العرب وظهر في القسطنطينية أول مقهى في سنة ١٥٥٤م. أما في مصر فقد عرفت المقاهي قبل ذلك بنحو نصف قرن. ومضى قرن آخر قبل أن ذاعت المقاهي في أوروبا، وفي سنة ١٦٤٥م، ظهرت في البندقية أول دار من هذا النوع ثم ظهرت في لندن وأكسفورد بعد ذلك بقليل وكانت القهوة فيها على الطريقة الشرقية ولم تلبث المقاهي أن ذاعت في انكلترا بسرعة ولبثت المقاهي ممنوعة في روما حتى أوائل القرن الثامن عشر. وظهرت المقاهي في فرنسا في أوائل القرن السابع عشر، وافتتحت في باريس سنة ١٦٨٩م دار أنيقة سميت قهوة "بوروكوب" وكان الفيلسوف فولتير من روادها فذاع من بعده ارتياد الأدباء للمقهى ولم يظهر المقهى في برلين إلا في أوائل القرن الثامن عشر. (حريري، ١٤١٩هـ:ص ٤٧).

أخذت المقاهي تتطور بعد ذلك بشكل كبير وتفنن أصحابها في تجميلها وتأثيثها وتزويدها بمختلف الأنشطة وبلغت في عصرنا هذا من الأناقة وحسن التنظيم ما بلغت، وفي بغداد القديمة اشتهرت العديد من المقاهي حيث أنشئ معظمها خلال العهد العثماني ونالت شهرة كبيرة وأغلب هذه المقاهي بقى حتى قيام الحكم الوطني الذي انتهى بالنظام الجمهوري ومن المقاهي ما بقى إلى ذلك الوقت يتحدثون عن أيام العرب وعاداتهم وتقاليدهم. قد كانت هذه المقاهي أشبه بالدوائر الرسمية أو الخانات التجارية والندوات الاجتماعية ففيها يتبادلون وجهات النظر والرأي في شتى أمور الحياة الخاص منها والعام.

ما لم تكن هذه المقاهي مثل المقاهي الحديثة التي تظل مفتوحة إلى ما بعد منتصف الليل، حيث لم يكن في وقتها كهرباء، فكانت تضاء بواسطة الفوانيس والمصابيح النفطية والشموع وكانت المقاهي تغلق أبوابا مع الغروب عدا بعض الليالي والمناسبات الخاصة كليالي العيدين (الحيدري، ١٩٥٨م: ص ١٣٤) .

عادة ما اتخذت المقاهي مكانا لعقد الصفقات بين مرتاديها وبالرغم من قلة وسائل التسلية والترفيه في ذلك الوقت فإن هذه المقاهي كانت مصدر مباح للعبة القوم وأوساطهم ولم يكن هناك من أدوات اللعب والتسلية ما هو موجود منها الآن، كالطاولة والشطرنج والورق والضمونة والبلياردو والتنس والكرة المنضادية وغيرها من الألعاب الإلكترونية والفضائيات وغيرها وكانت المشروبات المقدمة في هذه المقاهي تتمثل في الشاي والقهوة المرة. ثم ما لبث أن تغير الأمر في بغداد عما كان عليه في السابق حيث حل محل القهوة والشاي، المرطبات والمشروبات المثلجة على اختلاف أنواعها وأشكالها (الحيدري، ١٩٥٨م: ص ١٣٦) وكان انتقال المقاهي إلى سكان الجزيرة العربية عن طريق الحجاج وكان أول انتشارها في مكة المكرمة وجدة وقد وصفها "بدكهارت" في أثناء وصفه المدينة ومكة قائلا : في حارة الباب تصطف في الشارع الرئيسي المقهى التي تنطلق منها حمير البريد كل أمسية إلى جدة ويترل في المقاهي سماسرة القوافل (بدكهارت، ١٩٩٢م: ص ١٠٦) وفي مكان آخر يصف جدة ويقرر: أنه يوجد في الشارع الرئيسي في جدة سبعة وعشرون مقهى وأهل الحجاز يشربون القهوة بشكل مفرط.

٢٧

- الاستهلاك وإحصاءاته

أشارت إحصائية صادرة من وزارة التجارة إلى أن إجمالي السجلات التجارية القائمة لنشاط المقاهي هو (١٢٦.٤٩٧) سجل تجاري، وتصدرت منطقة الرياض قائمة المناطق في إصدار تلك السجلات بواقع (٤٢٠.٠٨٢) سجل، تلتها منطقة مكة المكرمة (٣٠٠.٢٧١)، ثم المنطقة الشرقية. (18.386)

ولفتت الوزارة إلى أنه قد يكون للسجل التجاري الواحد أكثر من فرع في النشاط ذاته، وبالمناطق ذاتها .

وخلال مايو ٢٠٢٢ صرف السعوديون ٥.٨٧ مليار ريال (١.٥٦ مليار دولار أمريكي) من خلال ١٥١.٢٤٠ عملية بيع، بحسب إحصاءات البنك المركزي السعودي لعمليات نقاط البيع في البلاد.

ويتصدر قطاعا المقاهي في المملكة والأطعمة والمشروبات عدد عمليات الدفع بواقع ٣٥.٨٠٣ عملية للأول، و٢٩.٩٠٦ عملية للأخير، كما يتصدر القطاعان قيمة الدفع من بين ١٧ قطاعا مختلفا بواقع ١.٤٩١ مليار ريال للأول، و١.٢٧٠ مليار ريال للأخير، وذلك خلال الفترة من ١٠ إلى ١٦ من يوليو (تموز) الحالي.

ويسجل قطاع المقاهي والمطاعم، وفقا لخبراء ومحللين، في البلاد نموا مضطربا يصل إلى ١٠ في المئة شهريا، وبلغ حجم التعاملات أكثر من مليار ونحو ٦٠٠ مليون ريال (١٥٩.٩٦ مليار دولار) سنويا.

شهدت السنوات الأخيرة انتشارا واسعا في توجه الشباب والشابات لافتتاح مشاريع المقاهي التي أصبحت تملأ شوارعنا ومدننا مندفعين بالحماس في الاستقلال، والرغبة بالانضمام إلى ريادي الأعمال الذين حقق بعضهم نجاحات كبيرة، فأصبح إنشاء المقاهي فكرة مغرية لكثيرين، اندفع إليها كثيرون من قليلي الخبرة بالمجال، ممن آمنوا بثقافة «افتح وقلد»، متناسين أنه من بين بعض عشرات المشاريع من هذا النوع تنجح قلة جاءت بأفكار مبدعة، فيما يغرق البقية بالديون بعد أن يخفت بريقهم، وينتهون إلى إعلان إفلاس مشاريعهم.

وبدأت موجة إغلاق المقاهي تزداد بشكل أسبوعي متكبد روادها من الشباب خسارات كبيرة، ما وصفه البعض بثمن «هوس المقاهي» أو «موضة وانتهت»، فيما رآه آخرون وضع طبيعي لأي «هبة» دخل فيها من يفهمها ومن لا يفهمها، مبينين أنها تجارة يخسر فيها من لا يستطيع الصمود، ومشددين على أن التقليد الأعمى نهايته مؤلمة، فيما حمل آخرون عدة جهات المسؤولية، وعلى رأسها زيادة البلديات لعدم وضع تنظيمات تحد من هذا الهوس.

ارتفاع إجمالي
كشفت وزارة التجارة والاستثمار عن أن إجمالي عدد
السجلات التجارية المصدرة لنشاط (كوفي شوب) خلال
خمس السنوات الماضية بلغ ١٥،٦٥٣ سجلاً، وذلك بمعدل
نمو سنوي بلغ ٢٧.٥٦ % سنوياً، فيما سجلت السجلات
التجارية لنشاط الكوفي شوب خلال خمسة الأعوام
الماضية نسبة زيادة ٢٣٧،٧ %.
10 % نسبة النجاح

أكد محمد الحميزي المتخصص في المطاعم والمقاهي،
المدرّب في مجال الأغذية أن «قطاع المقاهي يعد من
أهم القطاعات وأكثرها انتشاراً، وبين أن نجاحها من
عدمه يحدده مالك المشروع من خلال التخطيط الصحيح
والسعي وراء تقليل المخاطر والدراسة الفعلية
للسوق.»

بينما كشف الدكتور خالد الأحمري (باحث دكتوراه في
محاسبة التكاليف وسلاسل الإمداد ومهتم بالتجارة
الإلكترونية، ومحاضر في جامعة الإمام محمد بن سعود
الإسلامية) أن نسبة نجاح المشاريع الصغيرة عموماً لا
تتجاوز ١٠ % للأسف حسب كثير من الدراسات
والإحصائيات، وقال إن «المقاهي ليست استثناءً، بل
ربما تصل احتمالية النجاح إلى نسبة أقل لعدة
أسباب أبرزها الدخول في هذا السوق مع عدم فهم
التحديات الحقيقية المصاحبة لهذا النشاط.»
يوضح محمد المغيصب رئيس لجنة المطاعم، عضو
السياحة بالغرفة التجارية سابقاً، مستشار الاستثمار
وتطوير المطاعم wallfranchise والتوسع
الإستراتيجي:

- إن المقاهي تنقسم إلى ٤ أنواع منها :

- 1- الأكشاك على الطرق.
- 2- المقاهي داخل الأماكن المحصورة مثل المطارات
والمستشفيات والجامعات وغيرها .
- 3- المقهى الصغير الذي يعتمد غالباً على البيع
السفري ولا تزيد فيه الطاولات
- 4- المقهى المهيأ للجلسات ومساحته كبيرة .

النوع الأول و الثاني جيدان بحكم أنهما بطبيعتهما صغيران، ويصعب التشبع منهما، لذا حافظان على حصتهما السوقية، وهما مناسبان للفئة المستهدفة تماما،.

أما النوع الثالث فهو يواجه صعوبتين لا بد من التغلب عليهما لكي يحقق النجاح.

تتمثل الأولى في ارتفاع الأسعار التي تمنع من استمرار العميل، وكذلك تشبع السوق جدا، فالشارع الذي يكفيه مقهى واحد ستجد فيه ٥ مقاهي.

٢٩

أما النوع الرابع فلا يمكن أن ينجح بسبب خلل في نموذج العمل، فتكاليف التشغيل مرتفعة وطاقته الاستيعابية محدودة وفاتورة العميل منخفضة جدا.

هوس غير مبرر
تم وصف الاندفاع في افتتاح المقاهي بالهوس غير المبرر.

عوامل نجاح المقاهي:

-جودة الطعم .

-الخدمة الجيدة .

-السعر .

-الجو العام .

عوامل فشل المقاهي :

- الفشل في الاستعداد .
- غياب الخطط.
- عدم وجود فكرة مبتكرة.
- سوء الإدارة .
- سوء خدمة العملاء.
- تسعيرة غير موفقة .
- قلة الخبرة .
- ضعف جودة المنتج .
- الموقع .
- تشبع السوق من الفكرة .

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

مقدمة /

في مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية ، انتشرت المقاهي كمشاريع صغيرة بنسبة عالية خلال الأربع سنوات الأخيرة ، من سنة ٢٠٢٠ الى سنة ٢٠٢٤، هذا الانتشار السريع والمتكسر خاصه في هذا النوع من المشاريع ، ملفت وقابل للدراسة وسبب من الأسباب التي شكلت تغيرات تميل للأثر السلبي ، سواء في الأداء الإداري والإنساني في المقاهي وخارج المقاهي للعملاء والزبائن ، والأثر فالأرباح والخسائر ، والأثر في المنافسة ، والدوافع التي دفعت الحاجة من قبل الشركات الناشئة للمشاريع الصغيرة لأعمال الدعاية والتسويق والاعلان ، كذلك الرتابة والتكرار الذي أصاب السوق من خلال تكرار المشروع ، على الصعيد النفسي ، وعلى صعيد آخر مجتمعي وهو عدم اشباع الاحتياجات الأخرى .

توجد احتياجات أساسيه وثانوية للمستهلكين والمجتمع ، على رواد الأعمال الالتفات لاستثمارها كفكرة لبناء مشروع ، بدلا من التكرار الذي قد يخلق آثار سلبية قد تنشأ على المدى البعيد ، أو نشأت ولها بؤادر أو علامات حالية ، في الخسائر وعدم تنوع في السوق ، وعدم اشباع واحتياجات الزبائن ، وانخفاض فالأداء في بيئة المقاهي الداخلي ، وعلى مرتاديه .

الغاية من هذه الدراسة ليست لأثبات أسباب مشكلة في عالم المشاريع فحسب ، بل دراسة العلاقة والمسببات ، وعلاجها ، والانتباه للمتغيرات التي تحدث بشكل دائم قبل الاقدام على المشاريع ، إيجاد حلول ، اثبات نسب على وجود الأثر السلبي لكثرة المقاهي في الرياض .

مجتمع البحث

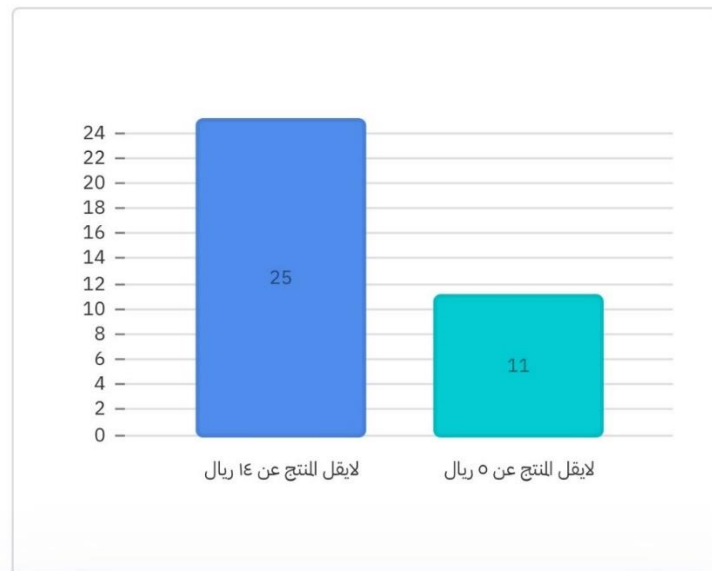
تم الوصول عندما عهدت الى صياغة هذا البحث ودراسة المشكلة , الى مجموعة من المجتمع السعودي والمقيمين بالمملكة العربية السعودية , كثير من المشروعات الكبرى القائمة بالرياض , والذي على اثرها , انتقلت للرياض مراكز إقليمية لشركات عالمية , ومن ثم التغيير السريع في البناء والمشاريع الصغيرة والكبيرة , كثيرا ممن شهدوا التغيير وقد لاحظوا التكرار لبعض المشروعات الصغيرة , على وجه الخصوص المقاهي في مدينة الرياض , بلغ عدد المقاهي في مدينة الرياض ١٥٠٠٠ مقهى , قد يتنافسن على مزايا تنافسية , كنوع البن , الاختصاص بالقهوة , تقديم بعض المخبوزات , التلاعب بالتغليف والتصاميم الداخلية التي تزايد من التسويق بدورها للمشروع الصغير , ولكن الانخراط وراء التركيز على المزايا التنافسية التي ستخلق النجاح وتساعد فيه , متناسيا اعداد المقاهي التي تفتح يوميا واسبوعيا في مدينة الرياض , فئة الشباب والمراهقين اعتادوا الاصطفاف والتتبع لما هو رائج من مشاريع صغير والاجتماع فيه , وهذه من الشعبية التي تخلق دافع لدى رائد المشروع حتى يكرر ذات المشروع .

سياسة المقاهي في مدينة الرياض، كبيئة داخلية تشجع الطلاب والموظفين واللفتيات وغيرهم من الفئات اختياره كمكان يومي لابد ان يكون من ضمن الجدول لإنجاز اعمال او الترفيه، كل ما كان المحل لديه شعبية من فئات عمرية متقاربة، واعتبر من العوامل النفسية الجيدة للعاملين داخل المقاهي، فيخلق جو من الانسجام، لذلك هو مرغوب دائما وضمن الجدول.

سياستها السعرية في انها تضع العوامل المتغيرة والفردية بعين الاعتبار، كوضع ودخل الطالب من الموظف، المشاركة في الأعياد والمناسبات المجتمعية والوطنية، التسويق ودراسة الأسعار في السوق لجعل سعر الكوب مناسب لتغطية التكاليف ولدفعه من قبل المشتري.

مجتمع البحث مدينة الرياض والمواطنين والمقيمين ، واختيار العينة تم اخذ اثنين من اكبر المقاهي والدراسة تمت عليهم ، بحث تم عمل استبانة وتدوين الإجابات من خلال السؤال عن السياسة السعرية لسعر الكوب المتوقع والأفضل فالمقاهي، وتمت الإجابة عن انه لا يقل عن ١٤ ريال سعودي، السعر المتوسط المناسب لجميع المشترين .

ماهو المطلوب في معدل التسعيره للمنتجات المباعة في المقاهي كي يحقق الربح ويتعد عن الخسائر



١-٣

لدينا عينات من شركات سعودية ومقاهي سعودية.

شركة هجين التجارية ، هي محمصة سعودية تقدم حلول توريد القهوة للأفراد والمنشآت ، تسعى خلال رحلتها للحصول على أفضل كوب قهوة ، مقرها الرئيسي بمدينة الرياض ، يبلغ حجم الشركة من ٥١-٢٠٠ موظف ، يبلغ عدد أرباحها فاليوم الواحد ١٧٠٠٠ ريال سعودي ، وهذا دلالة على انه المقاهي أصبحت جزء رئيسي كنشاط يومي لسلوك والافراد ، وهذه الأرباح تعتبر مغرية امام رواد المشاريع وهي من تدفعهم للظن ان كل ما كان لدي مشروع صغير مقهى .

٣٠

كانت الأرباح مماثله ، وهذه معادله ومقارنة غير صحيحة وسبب من الأسباب التي ساعدت فالتكرار ، والاثـر الذي خلفته تكرار المقاهي ، هناك استبانة تؤكد من خلال الإجابات ان المقهى مكان أساسي في حياة الفرد اليومية ان يذهب اليه ، الوعي والفئة العمرية ، والانخراط وراء كل ما هو رائع جعلت الانغماس في مشروع صغير يكون مبالغ به بهذا الشكل ، سيتم إضافة الشكل الذي يوضح الإجابات التالية .

المشاريع التي يرتادها ويذهب اليها لإمضاء الوقت والتغيير بشكل (يومي):



٢-٣

المقاهي أصبحت اختيار أساسي عند التفكير في مشروعات أخرى وهذا ما وضحته أجوبة الاستبانة

، لكن هل نظرنا الى امام قليلا ، وماذا حدث للمشاريع التي افتتحت مؤخرا وهي جميعها مقاهي ، شهد قطاع المطاعم والمقاهي في المملكة نموا كبيرا خلال السنوات الأخيرة تبعا لتطور الأنشطة السياحية ، وكشف تقرير اقتصادي أصدره أمس،

٣١

مركز البحوث والمعلومات بالغرفة التجارية الصناعية بأبها أن الرخص الجديدة لأنشطة المطابخ والمطاعم وما في حكمها حسب النشاط قد بلغ في المملكة خلال العام المنصرم ٢٠٢٢م ١٨،٣٧٧ رخصة، صدر العدد الأكبر منها في الربع الرابع وبلغ ٥،٧٨٦ رخصة، بينما صدر العدد الأقل من الرخص في الربع الثاني وبلغ ٣،٥٤٦ رخصة، حيث بلغ متوسط معدل نمو عدد الرخص نحو ٧.٢٦٪. وتصدر نشاط المطاعم والمقاهي مع الخدمة الترتيب بعدد رخص جديدة بلغ ٨،١٦٢ رخصة بالعام ٢٠٢٢م شكل نسبة ٤٤.٤١٪، فيما جاء في المرتبة الثانية نشاط البوفيهات في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.٢٥٪ ثم أنشطة الوجبات السريعة بنسبة ١٨.٧٧٪ من إجمالي عدد الرخص الجديدة بعام ٢٠٢٢م. من جهته أشار الأمين العام لغرفة أبها الدكتور رياض آل عقران إلى تسارع النشاط الاقتصادي في منطقة عسير الخاص بالمطاعم وبالكافيتيريا « ومحلات تقديم الأطعمة خلال ٢٠٢٢م، حيث تصدرت مدينة الرياض ثم خميس مشيط الترتيب على مستوى المنطقة بـ (٧٤٤) مطعما ومقهى، ثم جاءت مدينة أبها في المرتبة الثانية بـ (٣٥٣) مطعما ومقهى ثم محال بـ (١٦) مطعما ومقهى.

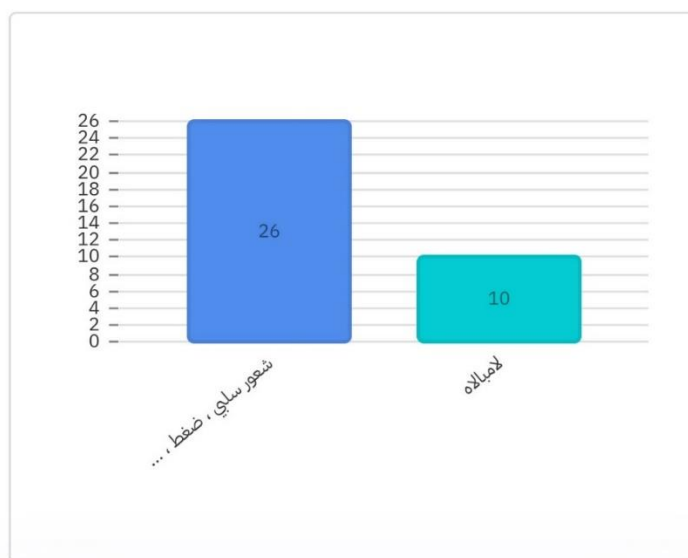
وأبان آل عقران أن عدد المقاهي بمنطقة الرياض شكل نسبة ١٧٪ من إجمالي المقاهي بالمملكة، فيما شكل إجمالي عدد المطاعم والمقاهي بالمنطقة «٣،٠١٩ مطعما ومقهى» نحو ٤.٢٣٪ من إجمالي عدد المطاعم والمقاهي بالمملكة والذي بلغ ٧١،٣٦٢ مطعما ومقهى.

الاقبال المتزايد يخلق ثلاث مشكلات رئيسية :

- ١- الركود في السوق ، والحاجة الى تنوعه ، ملل واحتياجات الزبائن التي لم تشبع ، رضا محدود على الوقت الراهن على كثرة المشاريع ومن ثم رفضها والبحث عن اخر .
- ٢- الأداء وهو مسألة مهمة ، هناك نوعين تطرقت اليه فالأداء ، وهو أداء الموظفين ، كما ذكرت في السابق هناك مجموعة كبيرة من المقاهي أقفلت ، لان السوق متشبع من المقاهي ويحتاج الى تنوع وانخلقت منافسة شديدة ،

وهذا يصيب الأداء الإداري والعاملين بالضجر واليأس وعدم المواصلة ، وتكبد الخسائر والقلق ، وينعكس على إنتاجيتهم وأعمالهم ، الشكل يوضح الانعكاس على الأداء .

ماهو رأيك في عاملين المقاهي عندما يمر المقهى بأيام دون مبيعات ؟



٣-٣

عندما يكون المقهى يعتبر منافس قوي، ماهي حالة العاملين بالمقهى ؟

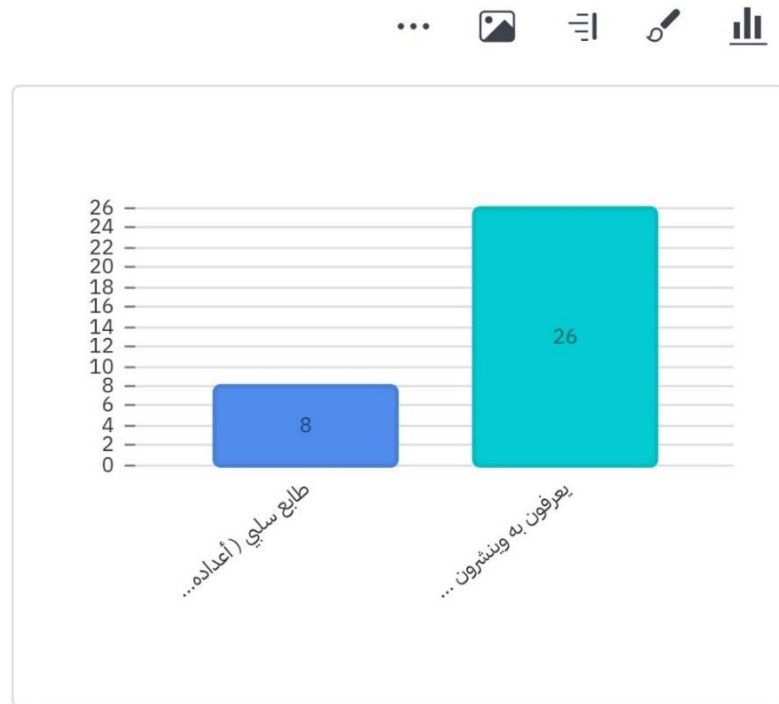


٤-٣

الشكلين السابقان يوضحان الأثر السلبي على أداء العاملين داخل المقهى ، وهذه الآثار البعيدة ، التي تسببت بها قوة مشروع المقاهي التي لم تعد كما في السابق .

أما فيما يتعلق على الأداء على مرتادين المقاهي وما ينعكس على القوة الشرائية ، ف هناك ممن لا يجعل المقهى كونه غير معروف أو متشبع السوق منه ، أو في مراحله الأولى ، لا يجعل هذا يؤثر على قراره الشرائي ، بل ويدعم ويكرر التجربة ، والبعض الآخر يتأثر بالحالة للمقهى والعوامل النفسية تؤثر على مشاعر وقرارة الشرائي .كم يوضح الشكلين فالأسفل .

عندما لا يكون المقهى معروف ويحتاج للتعريف به ويمر بالمراحل الأولى ما هو حال الزبائن



٤-

٣-٥

يوضح الشكل السابق الرغبة والشغف للمقاهي الجديدة والنشر عنها ، والبعض الذي يقيم المقاهي التي لا يرتادها الناس بتقييم جيد ، وذلك بسبب الأثر السلبي الذي ينعكس على الزبائن ويشعرون به .

٣٤

عندكا يكون المقهى منتشر ويلقى رواج ونجاح
ماهو الاثر الذي تلاحظه على الزبائن

13



٣-٦

المشكلة الثالثة التي قد تخلقها كثرة المقاهي الأرباح والخسائر:

هناك مقاهي أغلقت تفوق ٣٠٠٠ مقهى بالرياض، وهناك
من تم تحويل نظام الخدمة في المقهى كنوع من
التغيير للفكرة، واوفر كتكاليف، وميزة تنافسية،
كمقاهي الطلب السريع للسيارة، المقاهي السحابية
وغيرها .

- شركة هاف مليون لمالكها عبد الله بن محمد الراجحي التي بدأت من الرياض ، والتي توسعت في اعداد افراعها خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، مما خلقت منافسة شديدة ، واستخدامهم لسياسه سعرية وهي التغلغل الى السوق ، وبيع كوب القهوة الواحد ٩ ريال وهذا ما يجعلهم لا يكسبون ماديا اليوم ، لكن يربحون القوة السوقية المركزية ، والربح المادي على المدى البعيد ، وخلق تنافس شديد ، مما جعل كثر من المقاهي تخرج من السوق ، يفوق ربح الفرع الواحد لهاف مليون بالرياض ٢٠ ألف ريال سعودي ، ولكن هل تم رؤية الجانب الاخر من مشاريع المقاهي في الرياض ، اذا كان الربح باستمرارية في جانب واحد ف حتما ستكون هناك خسائر ف مقاهي أخرى ، وهذا ما وضحته الغرف التجارية في الرخص التي أغلقت المقاهي نتيجة للخسائر وعدم القدرة على تغطية التكاليف .

- الشكل التالي يوضح ماتم جمعه من معلومات عن اراء ١٦ شخص من يرونه تغطية التكاليف للمقهى ويتطلب فوق السنتان و اقل من السنتان سيغطي اقل من ٥٠٪ ، والجزء الاخر يوضح الزيادة البسيطة ٢٠ شخص في الاجماع ان يمكن تحقيق الربح خلال السنتان الأولى فوق ٥٠٪.

كم قدرة المشروع (المقاهي) في تغطية الخسائر خلال السنتان الأولى من افتتاحه في مدينة الرياض ؟



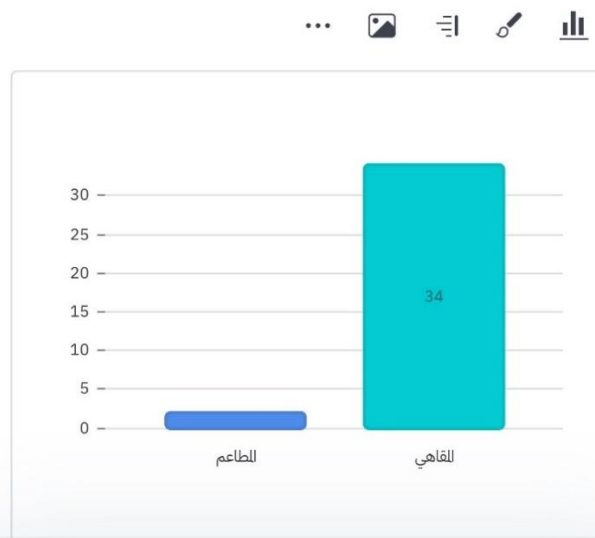
وهناك ٢٢ شخص اجمعن ان فالمرادل الأولى للمقاهى
صعوبة فى إىجاد الربح وماهى الى تغطية للتكاليف ,
و١٦ شخص اكد على ان هناك أرباح مع تغطية التكاليف
يمكن لصاحب المقهى تغطيتها فالسنتين الأولى.



٣-٨

المشاريع الصغيرة التى أجمعت المعلومات بعد جمعها
بأثباتها بنسبة واضحة بانها الأكثر انتشارا عن غيرها
من أنواع المشاريع، وهذا يثبت الرؤية الواضحة
للآخرين بأن المقاهى هى المشروع الأكثر والملحوظ الذى
قد يعكس الاثار السلبية التى ذكرت .

برأيك المشروع (الأكثر انتشاراً) الفترة الأخيرة في مدينة الرياض :



٣-٩

ماهي المشاريع التي (

4

تتكرر) بشكل ملحوظ.



٣-١٠

العينة :

تم توزيع الاستبانة على ٥٠ شخص.

تم اختيار شركتين تجارية على المقاهي، شركة هجين، هاف مليون.

أداة الدراسة : الاستبانة ، الملاحظة ، مقياس لأثار تكرر
عينه معينة للمشروعات الصغيرة على الأرباح والأداء
وتنوع السوق .

الحدود الزمانية والمكانية وحدود موضوعية .

١-**حدود مكانية :** أجريت الدراسة على مجموعة من
المواطنين والمقيمين بمدينة الرياض ،

٢-**حدود زمانية :** الفصل الدراسي الأول سنة ٢٠٢٣ .

٣-**حدود موضوعية :** دراسة الاثار المترتبة على كثرة
نوعية واحد للمشروعات الصغيرة .

الاداة المستخدمة للتحليل الإحصائي:
enterprise

الفصل الرابع

تحليل البيانات :

القوى الشرائية	عدد التراخيص والسجلات	سجلات مدينة الرياض
١٥١.٢٤٠ عملية بيع	١٢٦.٤٩٧ سجل	٤٢.٠٨٢
نسبة النجاح	عدد المقاهي التي أغلقت	نسبة الخسائر
10 % نسبة النجاح	في كل ١٦٠٠ مقهى يغلق ٤٠٠	٨٠-٩٠ %

١-٣

١-**فيما يتعلق بتقييم الأداء والسلوك والاثار عليهم :**

المشكلات النفسية : الإشكال في اللغة الالتباس.
(الفيروز أبادي، ١٤٠٧هـ) والمشكلة النفسية في
الاصطلاح : أي وضع نفسي غير سوي يستدعي المعالجة
والتعديل . وهناك العديد من التعريفات لمفهوم
المشكلة Problem ، فالمشكلة كما عرفها سميث
(Smith)حسبما ذكرت أمل التل (١٤٢١هـ) بأنه :

موقف يسعى فيه الفرد للبحث عن وسائل فعالة للتغلب على عائق أو عوائق تحول دون الوصول لهدف ذي قيمة .وتعرف إجرائيا بأنه " تلك المشكلات التي تتعلق بالنفس وانفعالات، وقد تنعكس آثار المشكلات على المراهق وتسبب له اضطرابات نفسية وانفعالية " .

لعل أول ما يتبادر للذهن عند ذكر الحاجات والمطالب اسم " ابراهام ما سلو " (١٩٤٥م) (Maslow Abraham) صاحب نظرية الترتيب الهرمي للحاجات الذي يستقي منه غالب الباحثين أفكارهم حين ينوون مناقشة الحاجات والمطالب الإنسانية وتتلخص نظرة "ما سلو "للحاجات الإنسانية في أن يرتبها ترتيبا هرميا تصاعديا يبدأ من الحاجات " الفسيولوجية "

كقاعدة لبقية الحاجات ثم الحاجة للأمن ثم الحاجة للحب والانتماء ثم الحاجة إلى تقبل وتقدير الذات وأخيرا حاجة تحقيق الذات التي تتربع على قمة الهرم ثم أضاف حاجتين في كتاباته الأخيرة فوق الحاجة لتحقيق الذات هما على التوالي الحاجة للمعرفة والحاجة لتذوق الجمال .

ويمكن للباحث إدراج جميع هذه الحاجات التي ذكرها الباحثون في ست مجموعات هي :

١ - الحاجات الجسمية : تقبل التغيرات الجسمية ، والمحافظة على الحياة .

٢- الحاجات الجنسية : إشباع الرغبة الجنسية للمحافظة على النوع، والتوحد مع الجنس الآخر، والقيام بالدور الجنسي.

٣ الحاجات النفسية : الاستقلال النفسي، وبروز الهوية، والحاجة للعطف والمحبة، وتأكيد الذات، والحاجة للأمن

- الحاجات العقلية : تكوين القيم والأخلاق، والوصول للنضج العقلي، واعتناق فلسفة للحياة .

٤- الحاجات الاجتماعية : الألفة، والولاء الاجتماعي، والمكانة الاجتماعية، والزواج، والعلاقات مع الأقران .

٥- الحاجات المهنية : التخطيط لمستقبل مهني ومستقبل عملي وظيفي.

.وإذا كانت هذه المشكلات - الحاجات التي لم تشبع سينعكس على الأداء، ويكون من الأسباب التي تساعد في التسرع على الإقدام لفتح مشروعات صغيرة بدون رؤية واضحة، ويكون الأثر السلبي على السوق، والأداء، وتكبد الخسائر.

هناك علاقة وطيدة ما بين العامل النفسي، والقرارات التي تتعلق بالمشاريع، وإذا ما لم يسير المشروع كما ينبغي، كيف يؤثر على رضا الموظفين، انتمائهم وولائهم للمقهى، والاحتياجات التي ذكرت تشبع بشكل غير مباشر عن طريق اثبات الذات، من خلال رؤية الإنتاجية، وإذا لم يحقق المقهى هذه الظنون للعاملين، ينعكس على الأداء.

وكذلك الاحتياجات النفسية والعوامل لدى الزبائن، فهم يبحثون عن اشباعها بشكل غير مباشر، وكل شعور يشعر به العاملون أثر عدم نجاح المشروع يصل الى الزبائن، وهذا شعور منفرد لهم، وهم يبحثون عن اشباع احتياجاتهم عن طريق المقاهي، والعلاقات الإنسانية.

٢-فيما يتعلق بالأرباح:

الأرباح المتوقعة ١٠٪ لنجاح المقاهي ، المعلومات بعد جمعها أوضحت انها على ان فالغالب لدى الشباب رؤية غير واضحة حول نجاح المقاهي السريع ، وهذه من الأوهام ، ونتائج التراخيص والسجلات التي تغلق ما هي الا دلالة على الخسائر المتكبدة وعدم القدرة على تغطية التكاليف ، ٩٠٪ خسارة ، وهذا يدل على ان مشروع المقاهي لديه منافسة شديدة ، والسوق متشبع ، ويتطلب حملات تسويقية ودعاية مستمرة ، وهذا لا يصلح لجميع رواد المشاريع ، خاصة من لديهم رغبة في الربح السريع ، الوعي الشرائي وطريقة المصروفات تغيرت كثيرا وبدا الوعي يزداد ، وجود الضرائب ، ارتفاع أسعار القهوة والشوكولاتة ، وهذا يضع بعين الاعتبار انه من الأسباب التي ستشكل عائق امام الأرباح وبطء الحصول على الربح ، ف هنا الأرباح انعكس الأثر عليها بسبب كثرة المقاهي .

٣-فيما يتعلق بالسوق وتنوعه :

أوضحت النسبة في البحث عدد السجلات، وكلها تراخيص تخص المقاهي والمطاعم ، والمعلومات التي تم جمعها بعد الاستبانة، في ان حتى التوقعات، والحقائق والوقائع، كل المشاريع الجديدة، والمشاريع المرغوب بها تدور حول المقاهي، يبلغ عدد المقاهي في مدينة الرياض خلال سنة ٢٠٢٣ (١٥ ألف) مقهى، وهذه الاعداد في تزايد، حتى لو كانت بسبب ارتفاع عدد السكان يحتاجون لعدد عالي من المقاهي، الى انه اذا لم ينعكس على السوق بسبب عدد السكان ، وكبر حجم السوق ، فسينعكس على الأداء للعاملين والزبائن ، وعلى الأرباح .

عدد سكان السعودية 32.175.224 نسمة، تبلغ مساحة مدينة الرياض ١١,٥٠٠ متر مربع.

٤-العلاقة ما بين الدراسات السابقة وهذه الدراسة :

الاشتراك في العوامل النفسية ، وانعكاس أثرها الأداء ، وهي دوافع بحد ذاتها ، تجعل من رواد الاعمال يتحيزون في انشاء مشروع واحد وهو المقهى ، كذلك الزبائن هي من تجعل الأشخاص يتحكمون بالأرباح والخسائر لأنهم ورائها بسبب قرارهم الشرائي ، وينعكس كذلك على أداء العاملين وقدراتهم العقلية والنفسية .

التوصيات:

- ١-دراسة المتغيرات التي تطرأ على السوق السعودي في مدينة الرياض، احتياجات المستهلكين والزبائن، حتى يتم تحقيق التنوع في المشاريع الصغيرة، واشباع الاحتياجات.
- ٢-دراسة الآثار التي تطرأ كأبعاد نتيجة اختيار رائد الأعمال المقهى كمشروع، ونظرا للأمور المصاحبة لهذا المشروع وحالته في السوق.
- ٣-دراسة السياسة السعرية والأخذ بعين الاعتبار الوعي المالي الذي يتحكم في المصروفات.
- ٤-الرؤية الاستراتيجية المستقبلية ذات أكثر أهمية من غيرها ، لان بسببها ستعرف الآثار المترتبة على أي مشروع سواء اثار إيجابية او سلبية .
- ٥-الاعتبارات النفسية كعوامل من مشكلات، والفروق الفردية من ناحية العمر والجنس والتعليم ، قد تكون دوافع او موانع، وهذه ستكون اما فالعاملين داخل المقهى، او الزبائن مرتادي المقهى، لأنها تشكل سلوك الأشخاص.
- ٦-الحاجة الى تقييم الأداء المستمر، لان اكتشاف فشل ونواحي القصور في المشاريع الصغيرة من البدايات أسهل في تداركه ومعالجته .
- ٧-الملل قد يكون علامة على احتياج الناس في إيجاد مشاريع مختلفة ولم تتوفر لهم ، ف استخدام الملاحظة في التتبع والتقييم تفيد جدا في مرحلة التقييم .
- ٨-عدم الانجراف وراء الأوهام حول الربح السريع، واخذ مثال ناجح وتجاهل المقاهي التي خسرت وهذا يجعل القرارات متسرعة ، والنظرة غير واقعية .

المراجع العربية:

- محمد, العيسى , (٢٠٢٢), تقارير البنك المركزي السعودي.
- محمد , عبدالرحيم , (٢٠٢٠), مرجع اصيل في الإدارة والتنمية البشرية.
- شاكماك , بورك , (٢٠٢٤), هيئة منشآت للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والكبرى.
- تقارير مركز البحوث والمعلومات بالغرفة التجارية الرياض, (٢٠٢٤)
- تقارير مركز البحوث والمعلومات بالغرفة التجارية الصناعية بأبها , (٢٠٢٤)
- الغامدي , عبدالله , (٢٠٠٨), دراسة على تردد المراهقين على مقاهي الانترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية .

المراجع الأجنبية :

abraham , maslow , (1943) , motivation and personality.

(2024) , CNN Economic

البحث عن

أثر تكرار نوعية معينه للمشروعات الصغيرة على أداء المشاريع، وأرباحها وتنوع السوق، في مدينة الرياض المملكة العربية السعودية .
دراسة تحليلية تطبيقية على تكرار مشروع المقاهي السعودية .

The impact of qualitative repetition of small projects on the performance and profits of projects and the diversity of the market in Riyadh in the Kingdom of Saudi Arabia.

كاتب الاستبيان

الطالبة المرشحة /سما ال مشيط .

انا مرشح ماجستير إدارة مشاريع من جامعة ميد
أوشن

لدراسة تهدف الى البحث

أثر تكرار نوعية معينه للمشروعات الصغيرة على أداء المشاريع، وأرباحها وتنوع السوق، في مدينة الرياض المملكة العربية السعودية .
دراسة تحليلية تطبيقية على تكرار مشروع المقاهي السعودية .

اود ان اطلب تعاونكم للإجابة على هذا الاستبيان , سيتم الحفاظ على سرية المعلومات , واستخدامها للأغراض الاكاديمية فقط , تعاونك محل تقدير كبير .

شكرا لك مقدما على موافقتك للمشاركة في هذه
الدراسة , اذا كانت لديك أي أسئلة لا تتردد
فالاتصال بمشرفي الدكتور أسماء أبو عنزة أو
الاتصال بي.

المرشح الرئيسي سما ال مشيط
كلية الإدارة .

Samaalqhtani09@gmail .com

تليفون رقم ٩٦٦٥٤٩٢٤٣٠١٤

مشرف د . أسماء أبو عنزة
كلية الإدارة

الخصائص الديموغرافية :

الجنس :

انثى (٤٥ شخص)

ذكر (٥ اشخاص)

٢٠ عاما - ٣٠ (٤٦ شخص)

٣٠ عام _ ٤٠ (٤ اشخاص)

تنوع السوق	الإجابة		
برأيك المشروع الأكثر انتشاراً الفترة الأخيرة بالرياض:	٣	٢	١
	مشاريع الترفيه	المقاهي	المطاعم
	العدد ١٠ موافق	العدد ٣٤ موافق	العدد ٢٥ موافق

١-٤

٢

تنوع السوق	الإجابة		
المشاريع التي يرتادها ويذهب إليها بشكل يومي؟	٣	٢	١
	المطاعم	المجمع التجاري	المقاهي
	العدد ٢٠ موافق	العدد ٦ موافق	العدد ٣٠ موافق

٢-٤

٣

تنوع السوق	الإجابة		
ما هي المشاريع التي لن يستغني عنها السوق السعودي برأيك	٣	٢	١
	الملاهي الترفيهية	المجمع التجاري	المقاهي
	العدد ٦ موافق	العدد ١٢ موافق	العدد ٣٠ موافق

٣-٤

تنوع السوق	الإجابة		
ما هي المشاريع التي تتكرر بشكل ملحوظ	٣	٢	١
	المقاهي	الفنادق	المدارس
	العدد ٢٩ موافق	العدد ٧ موافق	العدد ١ موافق

٤-٤

٥

الأرباح	الإجابة		
كم تعتقد أعلى نسبة نجاح وأرباح يحققها من بين المشاريع التالية	٣	٢	١
	محل أعمال يدوية	المطاعم	المقاهي
	العدد ٣ موافق	العدد ٢٥ موافق	العدد ٣٥ موافق

٤-٥

٦

الأرباح	الإجابة		
كم تعتقد نسبة الأرباح لأصحاب المقاهي في الرياض ؟	٣	٢	١
	تغطي التكاليف وربح ٥%	خسائر من السنة الأولى	تغطي التكاليف وربح
	العدد ١٤ موافق	العدد ١١ موافق	العدد ٢٢ موافق

٦-٥

الأرباح	الإجابة		
كم قدرة المقاهي في تغطية الخسائر خلال السنتان الأولى	٣	٢	١
	%٧٥	%٥٠	%٢٥
	العدد ٢٠ موافق	العدد ١٦ موافق	العدد ٩ موافق

٤-٧

٨

تنوع السوق	الإجابة		
كم تعتقد عدد المقاهي بالرياض .	٤-٣ الف	٨-٢ الف	١٥-١ الف
	العدد ٥ موافق	العدد ١٠ موافق	العدد ٢٧ موافق

٤-٨

٩

تقييم الأداء	الإجابة		
ما رأيك في عاملين المقاهي عندما تمر أيام بدون مبيعات	٣	٢	١
	إيجاد حلول لتنشيط المبيعات	اجهاد نفسى ضغط	لامبالاة
	العدد ٢٦ موافق	العدد ١٧ موافق	العدد ١٠ موافق

(٩-٤٠)

١٠

تقييم الأداء	الإجابة		
	٣	٢	١
عندما يكون المقهى منافس قوي ، ما هي حالة العاملين ؟	الهمل بهدوء وذكاء للمحافظة على المستوى	لا ينعكس عليهم بشيء	راحة واعتراز
	العدد ١٦ موافق	العدد ٦ موافق	العدد ٢٩ موافق

(١٠-٤)

١١

تقييم الأداء	الإجابة		
	٣	٢	١
عندما يكون المقهى منشـر ويلقى رواج ما هو الأثر الذي تلاحظه على الزبائن	اراء معتدلة	مديح أي منتج بسبب شهرة المقهى	تزايد مستمر
	العدد ١٦ موافق	العدد ١٩ موافق	العدد ١٠ موافق

٤-١١

١٢

تقييم الأداء	الإجابة		
	٣	٢	١
عندما لا يكون المقهى معروف كيف حالة الزبائن	يغلب عليهم الانسياق المقاهي المشهود لها ، لا يكتشفون بنفسهم	ينشرون عنه	اعداهم قليلة
	العدد ٨ موافق	العدد ٢٦ موافق	العدد ٦ موافق

٤-١٢

٥٠

تقديم الأداء	الإجابة		
لو اتاحت لك فرصة باختيار مشروع والبدء فيه مع النظر لجميع المتغيرات الخارجية .	٣ المقاهي	٢ سوبر أو ميني ماركت	١ النوادي الرياضية
	العدد ٢٧ موافق	العدد ٨ موافق	العدد ٢ موافق

٤-١٣

ج: أسئلة مفتوحة : يرجى تقديم تعليقات بخصوص
الدراسة ..

نحن ممتنون جدا لمساهماتكم .
اسم المرشح : سما ال مشيط
جامعة ميد أوشن .

الملخص:

دراسة الأثر والعلاقة ما بين المقاهي وكثرتها وأثرها على تنوع السوق، الأداء، الأرباح والخسائر.

المقاهي من المشروعات الصغيرة التي تزايدت في السنوات الأخيرة، وكأنه المشروع الوحيد، والذي قد يكون بسببه أصبحت المقاهي الأساس الأول في المشاريع الصغيرة، وبوابة النجاح، ومن ثم نحتاج للابتكار في باقي التفاصيل، وهذا انعكس سلباً على تنوع السوق السعودي وتشعبه، وتعدد احتياجات المجتمع في تغيير المشاريع الصغيرة وتنويعها، لإشباع الاحتياجات، والذي أدى بدوره إلى خلق الملل، وتكبد الخسائر للمشاريع الناشئة على ذات النوع وذات الخطى، وانخفاض أداء العاملين، بسبب الجهد والتعب الذي يجعلهم إما على محطة الانتظار للعميل لتحقيق تغطية التكاليف وتحقيق الأرباح، أو الجهد النابع من الحاجة الشديدة لخلق أفكار إبداعية لحملات تسويقية، واجهة إعلامية، وإعلانات دعائية بشكل مستمر لما خلفته من المنافسة الشديدة، احتمال الخسارة أكثر من الأرباح، نتيجة الانجراف السريع، وتكرار هذا المشروع، وتشعب السوق منه، وهذا البحث سيكشف الأثر الذي ترتب على كثرة المقاهي كنوع من أنواع المشاريع الصغيرة، والعلاقة في ما بينهما، تحديداً في مدينة الرياض المملكة العربية السعودية، من سنة ٢٠٢٠ إلى السنة الحالية ٢٠٢٤ ميلادي، تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف العلاقة والسبب من وراء الخسائر المتكبدة وإغلاق المقاهي كمشاريع صغيرة مبتدئة، وازدياد المشاريع بشكل ملحوظ، والمنافسة في السوق السعودي لهذه المشاريع أصبحت شرسة، مما يؤدي للتكرار لهذا المشروع، وعدم التنوع للسوق السعودي، وصعوبة الدخول في هذا السوق كهذا النوع من المشروع، التوصل لنتائج تثبت صحة العلاقة، وتحديد مدى الأثر حتى يتم التعامل معه ولا يخلق مشكلة في السوق السعودي، قياس الأداء للمقهى كبيئة داخلية على الموظفين والعلاء والإيرادات والرؤية المستقبلية،

وقياس الأداء بعد ازدياد هذا النوع من المشاريع الأداء داخليا , وأثره وأدائه خارجيا كمساهمة منه فالسوق السعودي ودعم الرؤية ,ستهدف هذه الدراسة انه يوجد تفاوت واضح في الرؤية في الأرباح والخسائر على ميزانيات ومستقبل المقاهي السعودية في مدينة الرياض , توجد احتياجات اساسيه وثانوية للمستهلكين

والمجتمع، على رواد الاعمال الالتفات لاستثمارها ك فكرة لبناء مشروع، بدلا من التكرار الذي قد يخلق اثار سلبية قد تنشأ على المدى البعيد، او نشأت ولها بؤادر او علامات حالية، في الخسائر وعدم تنوع في السوق، وعد اشباع واحتياجات الزبائن، وانخفاض فالأداء في بيئة المقاهي الداخلي، وعلى مرتاديهـ .

الغاية من هذه الدراسة ليست لأثبات أسباب مشكلة في عالم المشاريع فحسب، بل دراسة العلاقة والمسببات، وعلاجها، والانتباه للمتغيرات التي تحدث بشكل دائم قبل الاقدام على المشاريع، إيجاد حلول، اثبات نسب على وجود الأثر السلبي لكثرة المقاهي في الرياض، بلغ عدد المقاهي في المملكة ١٥٠٠٠ وتم اخذ عينة لقياس اثر الدراسة عليه , وتم استخدام أداة الملاحظة وجمع البيانات وأداة الاستبانة حتى نصل للنتائج .

Studying the impact and relationship between cafes, their abundance and their impact on market diversity, performance, profits and losses. Cafes are small projects that have increased in recent years, as if it were the only project, because of which cafes may have become the first basis in small projects, and the gateway to success, and therefore we need to innovate in the rest of the details, and this reflected negatively on the diversity and ramification of the Saudi market, and the multiple needs of society in changing and diversifying small projects, to satisfy the needs, which in turn led to the creation of boredom, and incurring losses for emerging projects of the same kind and steps, and the decrease in the performance of workers, because of the effort and fatigue that makes

them either on the waiting station for the customer to achieve costs and achieve profits, or the effort stemming from the intense need to create creative ideas for marketing campaigns Media interface, and advertising announcements continuously because of the intense competition it left behind, the possibility of losing more than profits, as a result of the rapid drift, and the repetition of this project, and the saturation of the market from it, and this research will reveal the impact of the abundance of cafes as a type of small project, and the relationship between them, specifically in Riyadh, Saudi Arabia, from 2020 to the current year 2024 AD, this study aims to discover the relationship and the reason behind the losses incurred and the closure of cafes as small start-up projects, and the significant increase in projects, and the competition in the Saudi market for these projects has become fierce, which leads to the repetition of this project, and not The diversity of the Saudi market, and the difficulty of entering this market as this type of project, reaching results that prove the validity of the relationship, determining the extent of the impact so that it is dealt with and does not create a problem in the Saudi market, measuring the performance of the cafe as an internal environment for employees, customers, revenues and future vision, and measuring performance after this type of projects increased performance internally, and its impact and performance externally as a contribution from it in the Saudi market and supporting the vision. This study aims that there is a clear difference in the vision in profits and losses on the budgets and future of Saudi cafes in Riyadh, there are basic and secondary needs for consumers and society, entrepreneurs pay attention to investing it as an idea to build A project, instead of repetition that may have negative effects that may arise in the long term, or have arisen with current signs or signs, in losses and lack of diversity in the market, the promise of satisfaction and the needs of customers, and a decrease in performance in the internal cafe environment, and on its patrons. The purpose of this study is not only to prove problem causes in the world of projects, but also to study the relationship and causes, treat them, and pay attention to the variables that occur permanently before projects, find solutions, prove ratios on the negative impact of the abundance of cafes in Riyadh. The number of cafes in the Kingdom reached 15,000 and a sample was taken to measure the impact of the study on it, and the observation and data collection tool and the questionnaire were used until we reach the results.

Midocean university
Faculty of management
Project management department

**The impact of qualitative repetition of small projects on
the performance and profits of projects and the diversity
of the market in Riyadh in the Kingdom of Saudi Arabia.**

Prepared by:
Sama alqhtani .

Supervised by:
D. Asma abo anzah .

Year:2024