

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
دور الإدارة الفعالة في تعزيز رضا العملاء وتحقيق التميز التنافسي
في قطاع القهوة: دراسة تحليلية لآليات القيادة وتفاعل السوق
في منطقة الرياض

أسم الطالب
فاطمة عبدالله الكاف

مشروع تخرج - 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025- الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
4	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	1.3. أهمية الدراسة
6	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
7	1.5. أهداف الدراسة
7	1.6. فرضيات الدراسة
8	1.7. نموذج الدراسة
9	1.8. منهجية الدراسة
11	1.9. الدراسة الميدانية
13	1.10. مخطط المشروع المقترح
14	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
15	2.1. المقدمة:
15	2.2. المتغير المستقل
15	2.3. المتغير التابع
15	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
16	2.5. الخاتمة
16	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد قطاع القهوة في المملكة العربية السعودية نموًا متسارعًا، خاصة في منطقة الرياض التي أصبحت مركزًا حيويًا لتوسع العلامات التجارية المحلية والعالمية. ووفقًا لتقديرات مدونة (بونات، 2024)، بلغ عدد المقاهي في الرياض أكثر من 15 ألف مقهى، ما يعكس قوة الطلب وازدهار السوق.

تُعد القهوة عنصرًا جوهريًا في الثقافة السعودية، حيث ترتبط بالعادات الاجتماعية ومظاهر الضيافة، مما يعزز من تطلعات العملاء نحو تجربة مميزة تشمل جودة المنتج والخدمة والبيئة المحيطة. وتشير بيانات (الشرق الأوسط، 2024) إلى أن السعودية تستورد ما بين 70 إلى 90 ألف طن من البن سنويًا، ويبلغ الإنفاق المحلي على إعداد القهوة أكثر من مليار ريال سعودي، ما يجعلها من أكثر الدول استهلاكًا للبن عالميًا.

في ظل هذا النمو، تبرز أهمية الإدارة الفعالة بوصفها عاملاً حاسماً في نجاح المشاريع التجارية، خاصة تلك التي تعتمد على تقديم خدمة مباشرة للعملاء. إذ تسهم القيادة الجيدة في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، وتحقيق مستويات عالية من الرضا، كما تساعد في تحسين صورة العلامة التجارية وتعزيز قدرتها التنافسية وسط سوق سريع التغير (6Wresearch, 2023).

ومع توجه شريحة كبيرة من العملاء نحو "القهوة المختصة"، أصبح من الضروري أن تعتمد المقاهي على إدارات مرنة واستراتيجية قادرة على فهم احتياجات السوق ومواجهتها من خلال نظم تشغيل متميزة، وتوظيف أساليب قيادية حديثة تتوافق مع توقعات العملاء السعوديين وثقافتهم الاستهلاكية

(Stellar Market Research, 2024).

1.2. مشكلة الدراسة

رغم التوسع الكبير في قطاع المقاهي بالرياض، إلا أن العديد من المشاريع الناشئة تواجه تحديات جوهريّة في الحفاظ على رضا العملاء واستمرارية التميز التنافسي. فمع تزايد عدد المقاهي، أصبح التنافس على جذب العملاء أكثر شراسة، خاصة في ظل تقارب جودة المنتجات وتشابه أساليب الخدمة بين العلامات التجارية المختلفة.

وتشير (Majesty Coffee,2023) إلى أن نسبة ملحوظة من المشاريع لا تستمر لأكثر من عامين، ما يعكس وجود فجوة في القدرات الإدارية، لاسيما في ما يتعلق بتوظيف القيادة الاستراتيجية القادرة على قراءة متغيرات السوق المحلية والتفاعل معها بمرونة.

علاوة على ذلك، تؤثر التغيرات الاقتصادية على القوة الشرائية لشريحة واسعة من العملاء، مما يتطلب من أصحاب المقاهي مراجعة استراتيجيات التسعير وطرق تقديم الخدمة. كما تواجه المشاريع تحديات تشغيلية متنامية، أبرزها نقص الكوادر المؤهلة وارتفاع تكاليف التشغيل، وهي عوامل تُعيق تحقيق الاستقرار والاستدامة في الأداء التجاري (يلا بلس، 2025).

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- محدودية الدراسات التي تربط بين أنماط القيادة الإدارية ورضا العملاء في قطاع القهوة داخل السياق السعودي.
- افتقار الأدبيات المحلية لنماذج قيادية تتناسب مع خصائص السوق والمستهلك المحلي في الرياض.
- غياب أدوات تحليل متفق عليها لقياس رضا العملاء، مما يترك المجال مفتوحاً لإدخال منهجيات قياس جديدة في البحث الحالي.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- ضعف تبني أنظمة قيادة استراتيجية في المقاهي الناشئة، واعتمادها غالباً على أساليب تقليدية دون تدريب إداري كافٍ.
- غياب ممارسات تحليل تجربة العميل وعدم وجود آليات ممنهجة لرصد رضا الزبائن أو التعامل مع توقعاتهم.
- التناقض بين التوسع السريع في عدد المقاهي وبين قدرة تلك المشاريع على توفير كوادر مؤهلة أو نظم تشغيل احترافية، مما يؤثر على جودة الأداء واستدامته.

ومن هنا ينطلق سؤال البحث الرئيسي:

ما مدى تأثير الإدارة الفعالة وآليات القيادة الإدارية في تعزيز رضا العملاء وتحقيق التميز التنافسي في قطاع القهوة بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

يساهم البحث في سد فجوة معرفية عبر دراسة العلاقة بين القيادة الإدارية ورضا العملاء في قطاع القهوة داخل السياق السعودي، وهو موضوع نادر التداول في الأدبيات. كما يدعم تطوير إطار نظري يراعي خصوصية السوق المحلي، ويقدم رؤى قابلة للتعميم على قطاع الخدمات في بيئات مشابهة.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

يوفر البحث توصيات عملية لأصحاب ومديري المقاهي حول كيفية تحسين أداء فرق العمل، وتطبيق استراتيجيات قيادة فعالة تؤثر مباشرة في ولاء العملاء والتميز التنافسي. كما يساعد على تبني أدوات قياس حديثة مثل NPS و CSAT لتحسين تجربة العميل وتعزيز الاستدامة التشغيلية.

1.4. أسئلة الدراسة

- ما هي أبرز المهارات القيادية المطلوبة لضمان نجاح إدارة المقاهي؟
- كيف تؤثر أنماط القيادة المختلفة (التحويلية، التشاركية، التسلطية) في تعزيز ولاء العملاء؟
- ما دور إدارة تجربة العميل في تشكيل الصورة الذهنية للمقهى وتحقيق التميز التنافسي؟

1.5. أهداف الدراسة

- أكاديميًا: إثراء المعرفة النظرية حول العلاقة بين جودة الإدارة والتميز التسويقي في قطاع الخدمات.
- تطبيقيًا: تقديم توصيات عملية لأصحاب ومديري المقاهي حول تحسين استراتيجيات القيادة والاستجابة لاحتياجات السوق.
- اقتصاديًا: دعم قطاع القهوة كمجال استثماري واعد من خلال تعزيز فعالية الإدارة واستراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء.
- تقنيًا: تشجيع استخدام أدوات تحليل رضا العملاء مثل مؤشر NPS (صافي نقاط التوصية) و CSAT (معدل الرضا)، لتمكين صناع القرار من تحسين الخدمات .
- اجتماعيًا: الإسهام في تعزيز التوطين الوظيفي، من خلال تدريب وتأهيل كوادر سعودية لتولي المناصب القيادية في هذا القطاع الحيوي.

1.6. فرضيات الدراسة

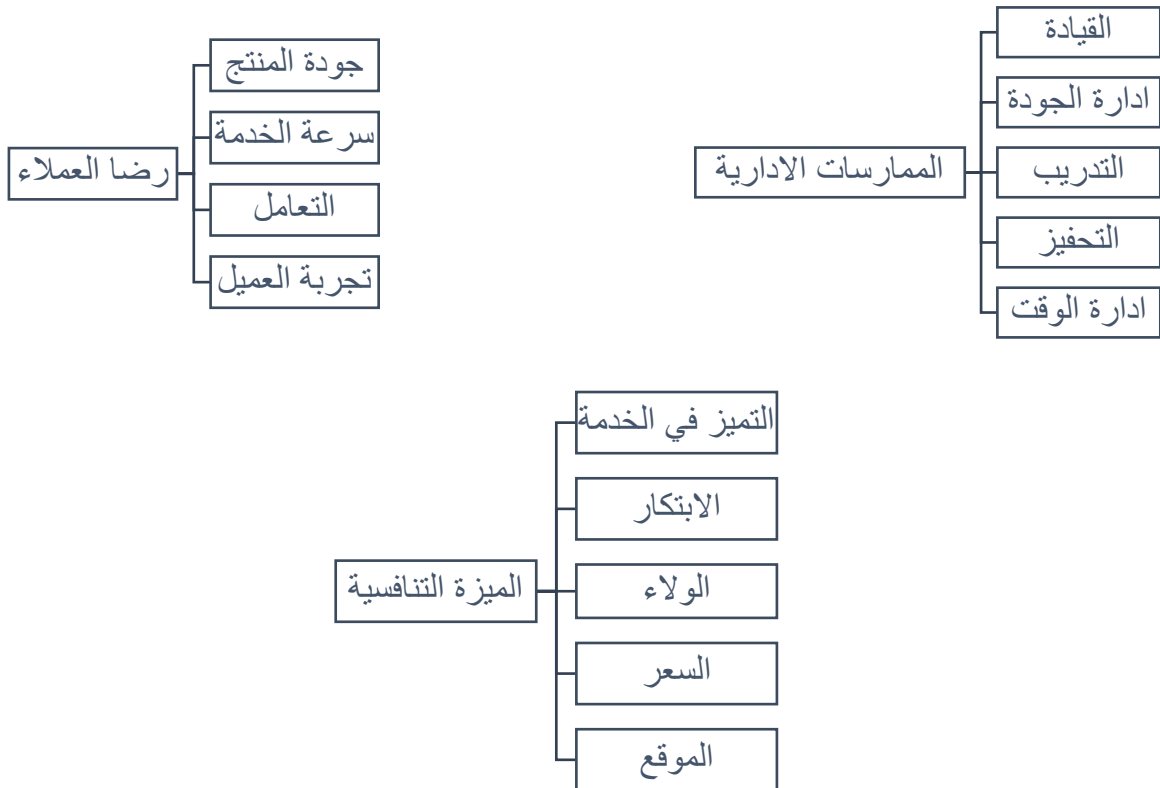
1.6.1. الفرضيات العامة:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الممارسات الإدارية الفعالة ورضا العملاء في قطاع القهوة بمدينة الرياض.
2. تؤثر جودة الخدمة المقدمة في المقاهي على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
3. تلعب ثقافة العمل التنظيمية دورًا وسيطاً في العلاقة بين القيادة الإدارية ورضا العملاء.

1.6.2. فرضيات فرعية (حسب المتغيرات):

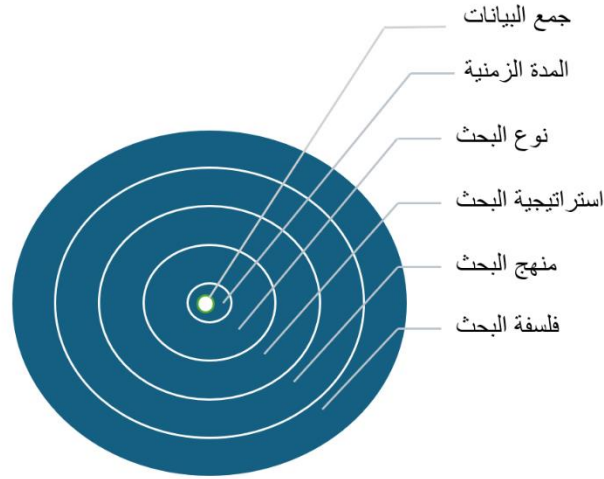
- القيادة الإدارية: توجد علاقة إيجابية بين نمط القيادة التحويلية ورضا العملاء.
- إدارة الجودة: تؤثر تطبيقات إدارة الجودة الشاملة بشكل إيجابي على رضا العملاء.
- الابتكار في الخدمة: الابتكار في تقديم المنتجات والخدمات يساهم في تعزيز الميزة التنافسية.
- الاستجابة لاحتياجات العملاء: تؤدي سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء إلى زيادة مستوى رضاهم.

1.7. نموذج الدراسة



1.8. منهجية الدراسة

منهجية البحث وفق نموذج البصل البحثي



1- فلسفة البحث (الواقعية النقدية):

تعكس هذه الفلسفة فهما عميقا للواقع الإداري والاجتماعي، مع الاعتراف بأن المعرفة تتأثر بالسياق والتفسير البشري. تجمع بين التحليل الواقعي للظواهر الإدارية والتفسير السلوكي لتجربة العملاء.

2- منهج البحث (الاستقرائي):

يبدأ البحث بجمع البيانات من الواقع العملي (المقاهي في الرياض) ثم تحليلها لاستخلاص أنماط وعلاقات تساعد في بناء نظري أو نموذج تفسيري حول تأثير الممارسات الإدارية على رضا العملاء والميزة التنافسية.

3- استراتيجية البحث (دراسة حالة متعددة):

يتم اختيار مجموعة من المقاهي ذات أنماط إدارية مختلفة (محلية، عالمية، مختصة، تجارية) لتحليل الممارسات الإدارية ومقارنتها، مما يسمح بفهم السياقات المتنوعة داخل قطاع القهوة في الرياض.

4- نوع البحث (المنهج المختلط):

يجمع بين البحث النوعي (مقابلات، ملاحظات) والبحث الكمي (استبيانات، تحليل احصائي)، مما يعزز من شمولية النتائج وموثوقيتها.

5- المدة الزمنية (مقطعي):

يتم جمع البيانات خلال فترة زمنية محددة (مثلا خلال موسم القهوة أو فترة الذروة)، مما يسمح بتحليل الوضع الحالي دون طویل الأمد.

6- طرق جمع وتحليل البيانات:

أ- جمع البيانات:

1- النوعي:

- مقابلات شبه منظمة مع مدراء المقاهي
- ملاحظات ميدانية حول بيئة العمل والتفاعل مع العملاء

2- الكمي:

- استبيانات مغلقة لقياس رضا العملاء باستخدام مقياس ليكرت.
- جمع بيانات حول الأداء الإداري من سجلات داخلية (ان أمكن).

ب- تحليل البيانات:

1- النوعي:

- تحليل موضوعي لتحديد الأنماط الإدارية.

2- الكمي:

- تحليل احصائي باستخدام برامج مثل SPSS او Excel
- اختبار العلاقة بين المتغيرات باستخدام تحليل الانحدار او الارتباط.

1.9. الدراسة الميدانية

نبذة عن المؤسسة: مورين للقهوة المختصة.

الهوية: محمصة ومقهى يقدم تجربة سعودية بجودة عالمية.

الموقع: جنوب الرياض

الفئة المستهدفة: محبي القهوة المختصة، الفئة العمرية بين 18-35 عاما.

الرؤية: أن تكون (مورين) علامة تجارية سعودية رائدة في عالم القهوة.

الهدف: التوسع إلى 3 فروع خلال عامين، مع الحفاظ على التميز التشغيلي.

1. هدف الدراسة الميدانية:

تحليل الممارسات الإدارية في (مورين) ومدى تأثيرها على رضا العملاء والتميز التنافسي، من خلال مقارنة بين التوجهات الإدارية ونمط القيادة وبين تجربة العملاء الفعلية.

2. عينة الدراسة - الجهة المستهدفة:

- الإداريين في (مورين).
- موظفو الخدمة المباشرة (الباريستا، الكاشير، المضيفين).
- عملاء دائمون وزوار جدد.
- عدد المشاركين المتوقع:
- 5 مقابلات نوعية مع الإدارية والموظفين.
- 50 استبياناً مغلقاً للعملاء.

3. أدوات جمع البيانات:

نوع الأداة	الوصف
استبيان العملاء	يقيس رضاهم باستخدام مقياس ليكرت حول جودة الخدمة، سرعة الأداء، التعامل، البيئة، السعر.
مقابلات شبه منظمة	مع مدراء (مورين) لفهم فلسفة القيادة، أساليب التحفيز، إدارة الجودة.
ملاحظات ميدانية	حول بيئة العمل، تفاعل الموظفين، أسلوب تقديم القهوة، تنظيم المكان.

4. محاور التحليل:

- القيادة الإدارية: هل تعتمد (مورين) على نمط قيادي تحويلي أم تشاركي؟
- إدارة الجودة: كيف يتم ضمان جودة المنتج والخدمة؟
- تجربة العميل: ما مدى رضا العملاء عن التجربة الكاملة؟
- الابتكار: هل تقدم (مورين) منتجات أو خدمات مبتكرة؟
- التحفيز والتدريب: كيف يتم تأهيل الموظفين وتطويرهم؟

5. التحليل الإحصائي:

- لتحليل الاستبيانات استخدام برنامج SPSS.
- اختبار العلاقة بين نمط القيادة ورضا العملاء باستخدام تحليل الانحدار.
- تحليل موضوعي للمقابلات لتحديد الأنماط الإدارية.

6. النتائج المتوقعة:

- توصيات عملية لتحسين الأداء الإداري في المقاهي المختصة.
- نموذج قيادي قابل للتطبيق في بيئة القهوة.
- تعزيز فهم العلاقة بين الإدارة وتجربة العميل.

1.10. مخطط المشروع المقترح

الصفحة	
<u>4</u>	<u>1.1. المقدمة:</u>
<u>4</u>	<u>1.2. مشكلة الدراسة</u>
<u>5</u>	<u>1.2.1. فجوات على المستوى النظري</u>
<u>5</u>	<u>1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي</u>
<u>6</u>	<u>1.3. أهمية الدراسة</u>
<u>6</u>	<u>1.3.1. على المستوى النظري:</u>
<u>6</u>	<u>1.3.2. على المستوى التطبيقي:</u>
<u>6</u>	<u>1.4. أسئلة الدراسة</u>
<u>7</u>	<u>1.5. أهداف الدراسة</u>
<u>7</u>	<u>1.6. فرضيات الدراسة</u>
<u>8</u>	<u>1.7. نموذج الدراسة</u>
<u>9</u>	<u>1.8. منهجية الدراسة</u>
<u>11</u>	<u>1.9. الدراسة الميدانية</u>
<u>13</u>	<u>1.10. مخطط المشروع المقترح</u>

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- Majesty Coffee. (2023). *How to run a successful coffee shop: Expert tips and strategies*. <https://majestycoffee.com/blogs/posts/how-to-run-a-successful-coffee-shop-expert-tips-and-strategies>
- Statista. (2025). *Coffee market in Saudi Arabia – Revenue and volume forecast*. <https://www.statista.com/outlook/cmo/hot-drinks/coffee/saudi-arabia>
- Stellar Market Research. (2024). *Saudi Arabia coffee market: Industry analysis and forecast (2024–2030)*. <https://www.stellarmr.com/report/Saudi-Arabia-Coffee-Market/78>
- 6Wresearch. (2023). *Saudi Arabia coffee market (2021–2027): Industry trends, share, size, growth & forecast*. <https://www.6wresearch.com/industry-report/saudi-arabia-coffee-market-2021-2027>
- الشرق الأوسط. (2024). *السعودية تصدر جودة البن عالمياً وتستورد آلاف الأطنان سنوياً*. <https://aawsat.com>
- مدونة بونات. (2024). *نمو غير مسبوق في عدد المقاهي بالرياض: أكثر من 15 ألف مقهى*. <https://bonat.com/blog>
- يلا بلس. (2025). *تحديات قطاع الضيافة بالملكة: تشغيل المقاهي بين نقص الكوادر وارتفاع التكاليف*. <https://yalaplus.sa>