

العنوان باللغة العربية

انشاء مقهى مختص

إعداد الطالب/

عبدالوهاب حمود الخلف

إشراف/

د.الفیصل عبد الحمید

د.فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٤

الفصل الأول

المقدمة:

في السنوات الأخيرة، شهدت منطقة الخليج العربي زيادة كبيرة في شعبية المقاهي المختصة التي تقدم أنواعًا فاخرة من القهوة. هذا التوجه جذب اهتمام العديد من رواد الأعمال الذين يسعون لإنشاء مشاريعهم الخاصة في هذا المجال. الهدف من هذا البحث هو دراسة إمكانية إنشاء مقهى مختص يلبي احتياجات جمهور محدد ويتميز عن المنافسين في السوق.

-مشكلة الدراسة.

مع تزايد المنافسة في سوق المقاهي، أصبح من الضروري استكشاف الطرق التي يمكن من خلالها للمقهى المختص أن يحقق النجاح والاستدامة. تتمحور مشكلة الدراسة حول كيفية تطوير نموذج عمل يضمن التميز والنجاح في سوق مليء بالمنافسة.

-أهمية الدراسة-

تكمن أهمية هذه الدراسة في تقديم فهم عميق للأسواق المتخصصة في مجال المقاهي، وتحديد العوامل التي تساهم في نجاح المشاريع في هذا القطاع. كما تساعد في تقديم استراتيجيات مبتكرة لرواد الأعمال لتحقيق النجاح في ظل المنافسة الشديدة.

-أهداف الدراسة.

تحليل اتجاهات السوق الحالية وتفضيلات المستهلكين
تحديد الجمهور المستهدف للمقهى المختص وتفضيلاتهم
تقييم الجدوى المالية والتشغيلية لإنشاء مقهى مختص
دراسة المنافسين وتحديد العوامل التي يمكن أن تميز المقهى المختص
تطوير نموذج عمل وخطة استراتيجية تضمن نجاح واستدامة المقهى

-تساؤلات الدراسة

ما هي الاتجاهات الحالية في سوق المقاهي؟
من هو الجمهور المستهدف وما هي احتياجاتهم وتفضيلاتهم؟
ما هي الاعتبارات المالية والتشغيلية لإنشاء مقهى مختص؟
كيف يمكن للمقهى المختص أن يبرز بين المنافسين؟
ما هي أفضل الاستراتيجيات لضمان نجاح المقهى المختص؟

- فروض الدراسة

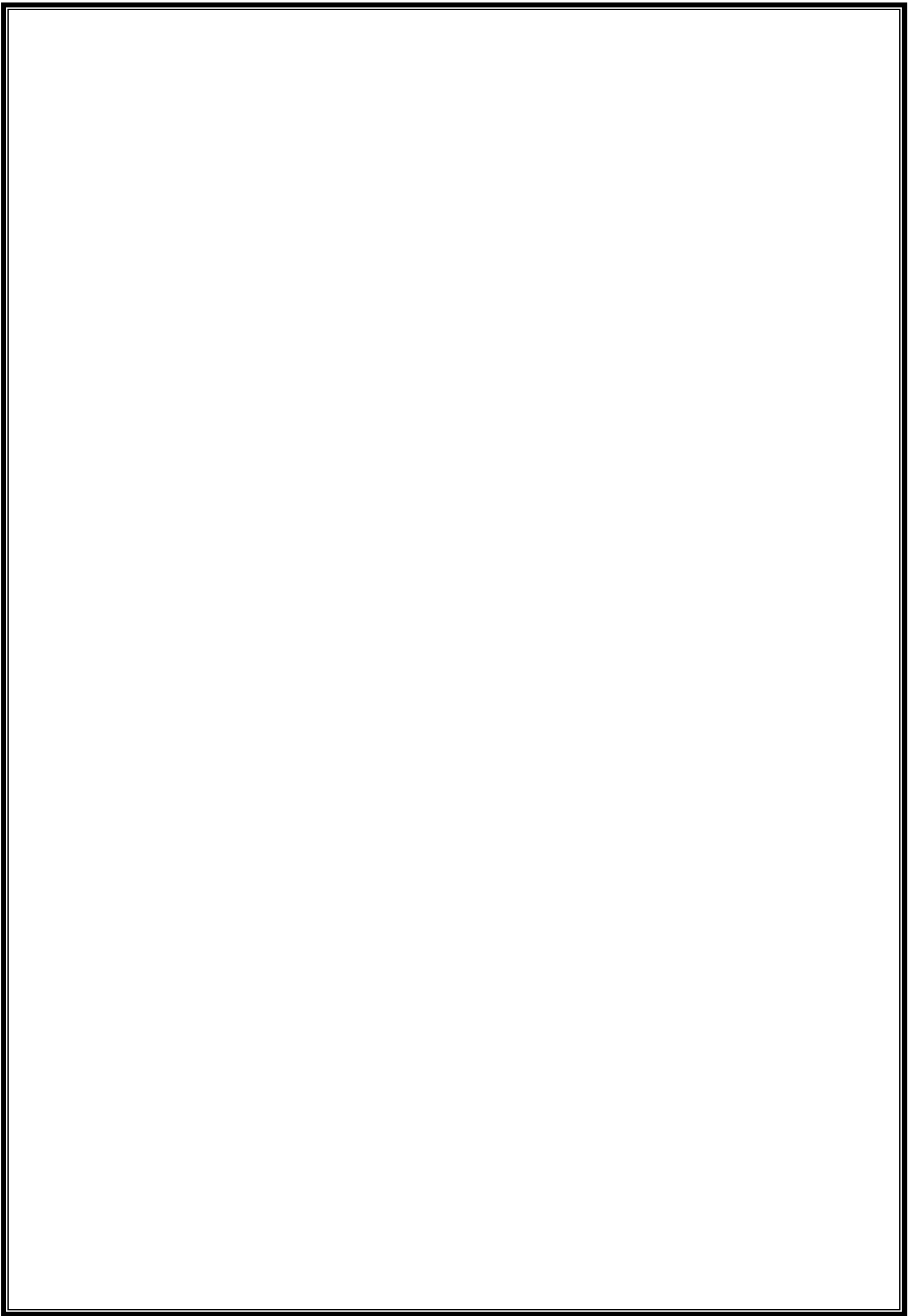
سوق المقاهي المختصة يشهد نموًا مستمرًا مع تزايد طلب المستهلكين على الجودة العالية والتجربة الفريدة. الجمهور المستهدف يفضل المقاهي التي تقدم تجربة فريدة ومخصصة. الجدوى المالية لإنشاء مقهى مختص تعتمد على التخطيط الجيد وتقييم التكلفة والإيرادات المتوقعة بدقة. المنافسة في السوق تتطلب تقديم منتجات وخدمات فريدة تلبي احتياجات محددة للمستهلكين. نموذج العمل المتكامل والاستراتيجيات الفعالة يمكن أن يضمن نجاح واستدامة المقهى المختص.

-النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

سيتم الاعتماد على نظرية تجزئة السوق لتحديد الفئات المستهدفة بشكل دقيق.

سيتم تطبيق نظرية سلوك المستهلك لفهم كيفية تأثير تفضيلات المستهلكين على قراراتهم في اختيار المقاهي.

سيتم استخدام أطر الإدارة الاستراتيجية لتطوير نموذج العمل والخطة الاستراتيجية للمقهى.



الفصل الثاني

الدراسات السابقة

-مقدمة

على الرغم من وجود العديد من المقاهي المختصة حول العالم الا ان الدراسات محدودة المدى.
فلا توجد مقاييس ومعايير ثابتة للدراسات المدرجة في الانترنت ولكن بعد البحث وجدنا بعضها وسنستنج منها حجم السوق وقوته.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

-مقدمة-

لعدم وجود أجوبة على الاسئلة المطروحه على ملاك المقاهي المختصة وصعوبة اخذ البيانات منهم حصلنا على القليل من الأرقام والبيانات التي من الممكن ان تفيدنا وتفيد كل من يريد انشاء مشروعه الخاص.

-المنهجية وطرق البحث.

طرق البحث المستخدمة هي عن طريق اجراء مقابلات وطرح بعض الاسئلة على ملاك القهوة

-مجتمع البحث

استخدمنا أساليب البحث للمقاهي المختصة فقط بعيدا عن المقاهي التجارية

-حدود البحث

حدود الدراسة على المستوى السعودي وحجم السوق في الشرق الاوسط

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

-مقدمة

سوق القهوة المختصة في المملكة يرتفع بشكل هائل عام بعد عام.

في المملكة العربية السعودية يبلغ حجم سوق المقاهي حوالي ١٨ مليار ريال (٤,٨ مليار دولار) وينمو بمعدل ٩,٦% سنوياً مما يجعله أكثر أسواق القهوة نمواً في الشرق الأوسط ، يتبعه سوقا الكويت والإمارات. هذا النمو السريع مدفوع بالزيادة في دخل الفرد وزيادة عدد السّواح، وكذلك بالاختلاف في أذواق المستهلكين. الارتفاع في مبيعات القهوة بالحليب والمشروبات المنكهة والمشروبات المخفوقة كان بسبب مستهلكي القهوة من فئة الشباب، بينما يفضل المستهلكون الأكبر سناً الأنماط التقليدية من القهوة.

-تحليل البيانات

على الرغم من الشعبية المتزايدة للقهوة المختصة إلا أن غالبية الرواد في قطاع القهوة في الشرق الأوسط يعتقدون أن الراحة والملائمة أكثر أهمية من جودة القهوة ومستوى الخدمة لنجاح أعمالهم.

فالديكور والجلسات المريحة عامل مهم جدا لجذب العملاء .

وارتفاع هامش الربح في عالم القهوة من اهم الأسباب التي توجه رواد الاعمال الى انشاء مشاريعهم الخاصة.

بالإضافة الى وجود بعض الحلويات والوجبات الخفيفة لارضاء جميع العملاء وشرائح المجتمع.

من الممكن إضافة بعض المشروبات الباردة والساخنة كالشاي وغيره من المشروبات الغازية والمرطبات.

-النتائج

يبدو هامش الربح جذاباً في قطاع القهوة إذ تعتبر تكلفة حبوب البن قليلة نسبياً مقارنةً بتكلفة القهوة مما يعني أن إجمالي الربح من القهوة قد يكون أعلى بكثير من الطعام على سبيل المثال. أكبر تحدٍ للعمل التجاري هو أن متوسط الإنفاق قليل نسبياً لذلك حتى عندما يكون هامش الربح جيداً لا بد من تحقيق مبيعات كثيرة لضمان استدامة العمل التجاري.

نظراً لأن المقاهي المختصة يمكنها أن تتقاضى أسعاراً مرتفعة جداً في مقابل القهوة التي تبيعها، فإن تقديم تجربة مميزة عالية الجودة في المقهى يعد فرصة جيدة لزيادة العائد من الزبون الواحد بشكل كبير. فمثلاً يبلغ متوسط سعر الكابتشينو في الشرق الأوسط ١٢,٨٦ ريالاً (٣,٤٣ دولار)، لكن يمكن أن يتضاعف سعر الكابتشينو ببساطة في مقهى مختص تقليدي، أما القهوة النادرة الحصرية فقد تكون أعلى سعراً بكثير.

لتقدير مدى ربحية المقهى المختص، قامت جمعية القهوة المختصة بإجراء دراسة استقصائية على أعضائها من مختلف أرجاء العالم في عام ٢٠١٧ للحصول على بيانات بخصوص تكاليف التشغيل. وفقاً لهذه الدراسة قامت الجمعية بنشر سيناريو نموذجي لهامش الربح من كوب واحد من القهوة المختصة.

في هذا النموذج تبلغ تكلفة القهوة المحمصة ٧٧,٥٦ ريالاً (٢٠,٦٨ دولاراً) لكل كيلوجرام، ويبلغ سعر كوب كبير من القهوة ١٠,٥ ريالاً (٢,٨٠ دولاراً) حين يستخدم حوالي ٣٠ غراماً من القهوة لإعداد الكوب الواحد. بشكل طبيعي تختلف التكاليف المحددة والربحية في المقهى الواحد عن هذا النموذج، ولكن هذه الأرقام متمشية جداً مع التكاليف النموذجية الموجودة في أجزاء أخرى من قطاع الضيافة.

-التوصيات

في ظل ازدياد عدد المقاهي في العالم اليكم بعد التوصيات:

اختيارالموقع المناسب ولحرص على وجود مواقف خاصة للعملاء وطريق وصول سهل.

اختيارالمكان المناسب لشريحة الناس المستهدفة.

اختيارالديكورالمريح للنظر والمريح للجلوس.

اختيارالقهوة المناسبة لشريحة المجتمع المستهدف.

عدم الغرور وارتفاع هامش الربح.

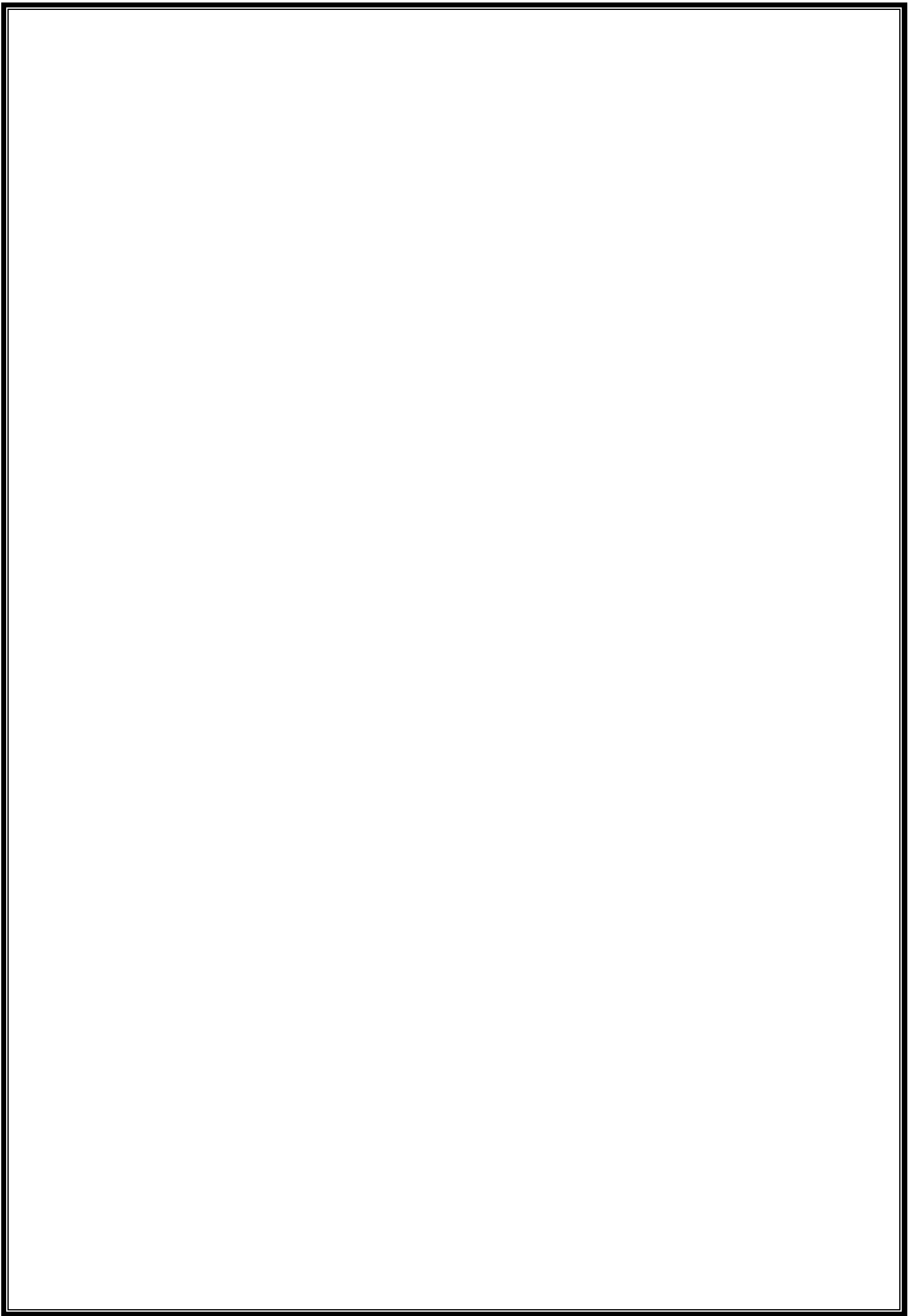
توفير منتجات واصناف بعيده عن القهوة بحيث لاتزيد عن اربع منتجات

المراجع

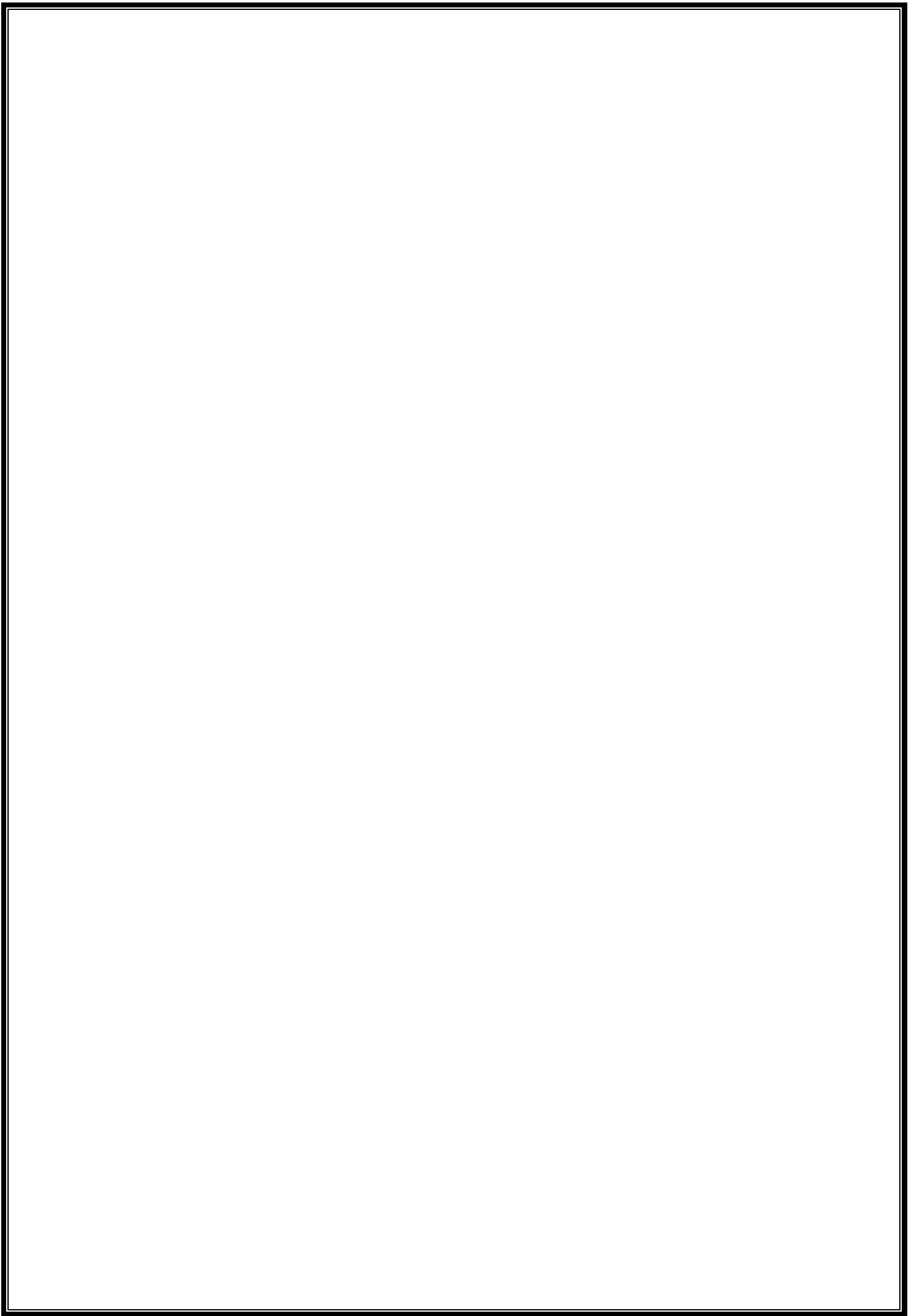
[https://www.ekuep.com/ar/specialty-coffee-](https://www.ekuep.com/ar/specialty-coffee-market)
[market](https://www.ekuep.com/ar/specialty-coffee-market)

-المراجع العربية-

<https://www.ekuep.com/ar/specialty-coffee-market>



الملاحق



Abstract الملخص

Midocean University

College of Management

Department of.....

Title in English

Prepared by:

Supervised by:

Year:2024