

أبحاث السوق

(دراسة لسلوك المستهلكين حول القهوة 2023)



راعي مشارك

DRC

رعاية الاستقريسر

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي
Restaurant & Cafe Owners Association



المحتوى

نبذة عن الدراسة

1

الملخص التنفيذي

2

تفاصيل المنتج

3

البيانات الديموغرافية

4

سلوك المستهلك

5

السياق

6

التفضيلات العامة

7



نبذة عن الدراسة



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association

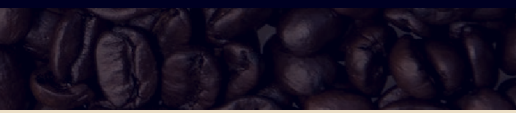


عن الدراسة ونطاق العمل

يشهد سوق القهوة في المملكة العربية السعودية نموًا ملحوظًا ومن المتوقع أن يستمر في النمو مع ازدهار الاقتصاد على المدى الطويل، لذلك ظهرت فرص لنمو اللاعبين الناجحين في هذا السوق المتنامي.

هدف الدراسة

تهدف رواد الضيافة الى دراسة سوق القهوة ، وذلك عبر دراسة سلوك المستهلك السعودي وتتبع المؤشرات الرئيسية التي ستخدم المهتمين والمستثمرين في القطاع.



منهجية الدراسة

تم تصميم المسح الكمي من 300 عينة من خلال طريقة جمع البيانات وجهاً لوجه (CAPI) عبر المدن المستهدفة والتي جرت في 11/2022



الملخص التنفيذي



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي
Restaurant & Cafe Owners Association



النتائج ابرز

%56

- من المستهلكين يهتمون باجواء المقهى الذي يزورونه
- من المستهلكين يفضلون أخذ القهوة من المقهى, بينما 32% منهم يحضرونها بأنفسهم

%49

- من المستهلكين يشاركون تجربتهم للقهوة على منصات التواصل الاجتماعي وغالبيتهم يشاركونها على منصة سنابشات

%52

- من المستهلكين يزورون محلات القهوة بشكل يومي

%73

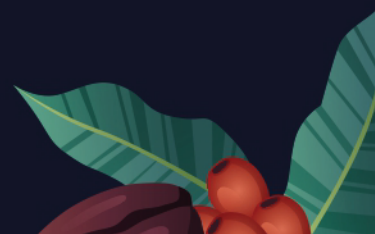
- من المستهلكين يهتمهم مذاق القهوة عند اختيار نوعها

%71

- من المستهلكين يهتمون بجودة القهوة عند اختيار المقهى
- من الفئة العمرية 55 الى 59 يفضلون القهوة السعودية

%59

- من المستهلكين يفضلون أن يكون المقهى هادئ



ابرز النتائج



بـالمتوسط، يدفع المستهلك 16.1 ريال يومياً على القهوة



يدفع الاناث على القهوة أكثر من الذكور



الكابوتشينو الساخن والسبانيش لاتييه والبلاك كوفي والاييس اميريكانو هي الانواع الأكثر تفضيلاً



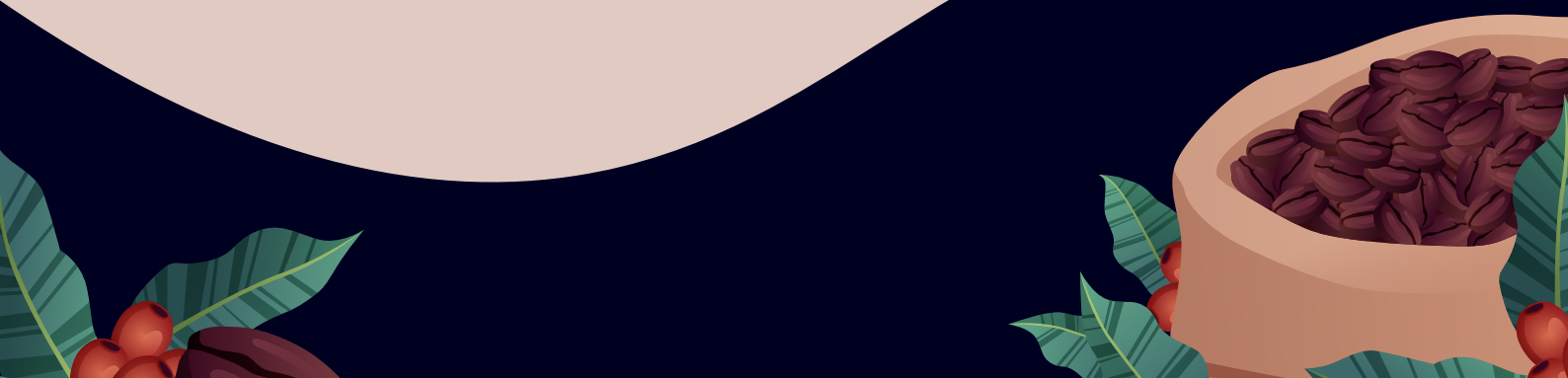
اسعار المقهى و ديكوراتيه وسمعته هي اكثر ما يهم المستهلك في تحديد قراره



أظهرت النتائج ان الفئة العمرية ما بين 35 الى 49 الأكثر تفضيلاً للقهوة السوداء الساخنة بينما المستهلكين ما بين 15 إلى 19 عام يفضلون القهوة الباردة مع الحليب



تعتبر الحلويات الخيار الأكثر تفضيلاً كخيار مصاحب للقهوة



تفاصيل المنهجية



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association

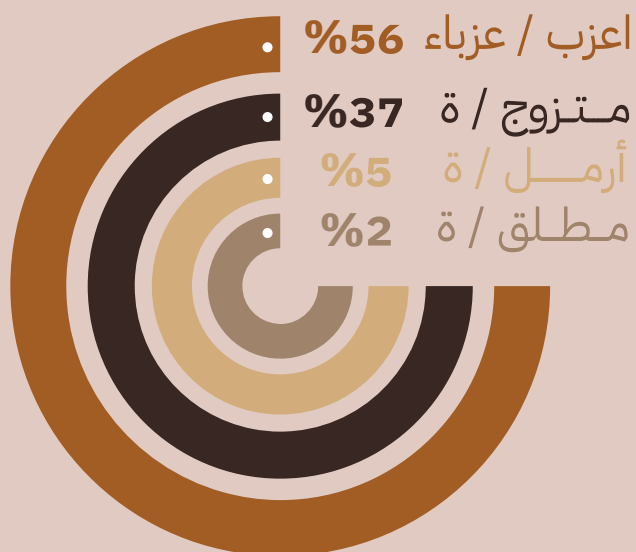
تفاصيل العينة

حجم العينة 309

الجنس

إناث
46%

ذكور
54%

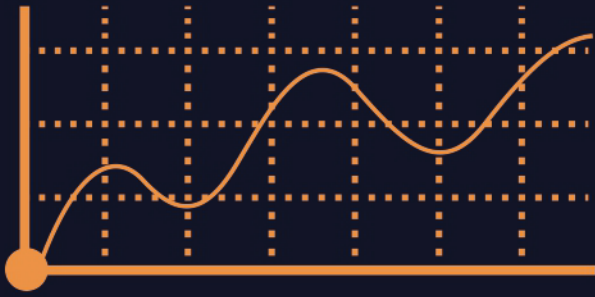


الحالة الاجتماعية

تفاصيل العينة

حجم العينة 309

حسب التعليم



%58

دبلوم/جامعي

%31

المدرسة الثانوية

%8

المتوسطة او اقل

%3

ماجستير/دكتوراه



حسب العمر



%9

فوق 50 سنة

%15

50-41 سنة

%21

20-15 سنة

%27

40-31 سنة

%28

30-21 سنة

تفاصيل العينة



التغطية الجغرافية للمناطق		
المنطقة	النسبة	العينة
الرياض	49%	151
مكة المكرمة	51%	158
المجموع	100%	309

سلوك المستهلك



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي

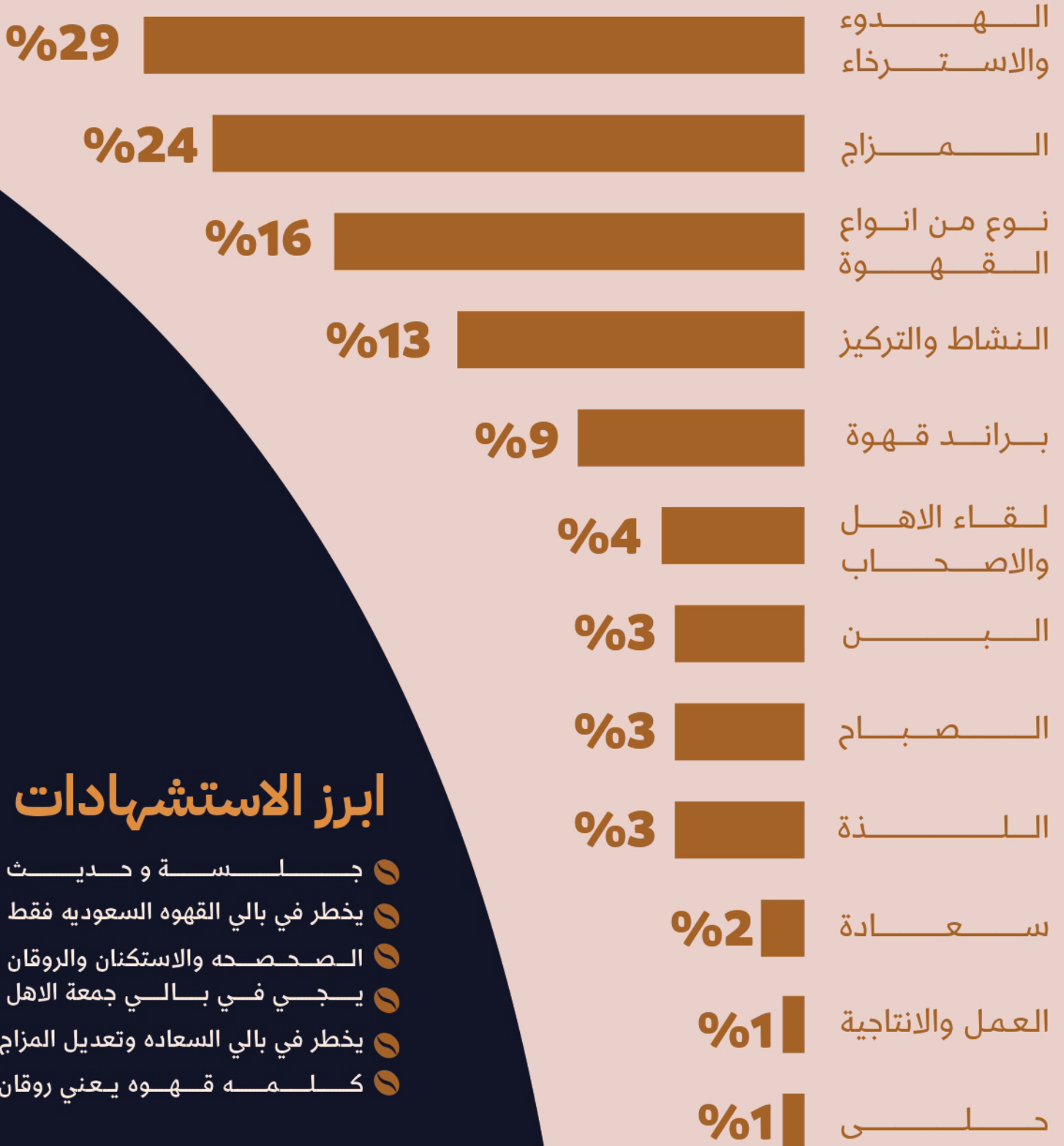


Restaurant & Cafe Owners Association

قهوة؟

أظهرت النتائج أن 29% من المستهلكين يخطر في بالهم
"الهدوء والاسترخاء" عند ذكر كلمة قهوة، و 24% تعني لهم "المزاج."

ما الذي يخطر في ذهن
المستهلكين عند ذكر
كلمة قهوة؟



ابرز الاستشهادات

- جلسة وحديث
- يخطر في بالي القهوة السعودية فقط
- الصحة والاستكنا والروقان
- يجي في بالي جمعة الاهل
- يخطر في بالي السعادة وتعديل المزاج
- كله قهو يعني روقان



مرات شرب القهوة ؟

47% من اجمالي المستهلكين يشربون القهوة مرتين الى ثلاثة مرات خلال اليوم و32% يشربون القهوة مرة واحدة خلال اليوم.



2-3 مرات في الاسبوع / احيانا
خلال الاسبوع



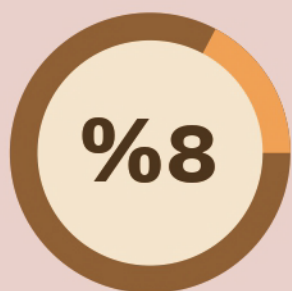
مرة في اليوم



2-3 مرات باليوم



شرب القهوة فقط في
المناسبات الخاصة

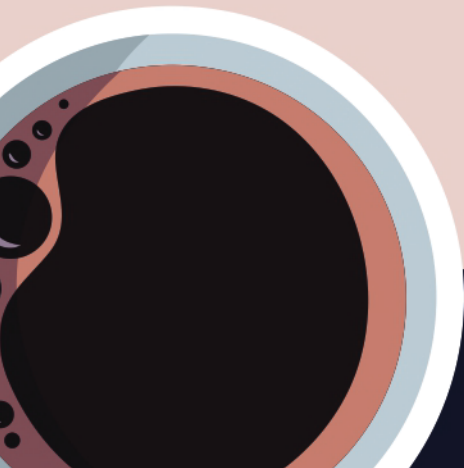
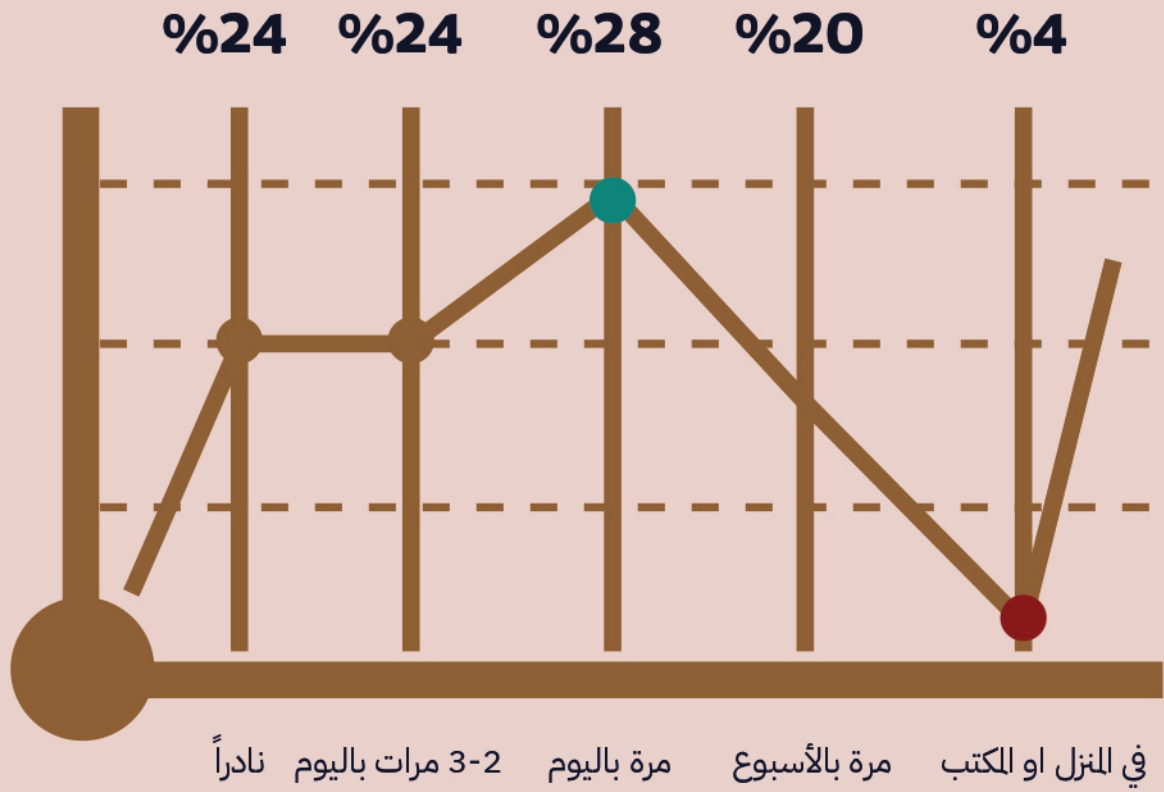


اكثر من 4 مرات في اليوم



المقاهي أسلوب حياة أم حاجة ؟

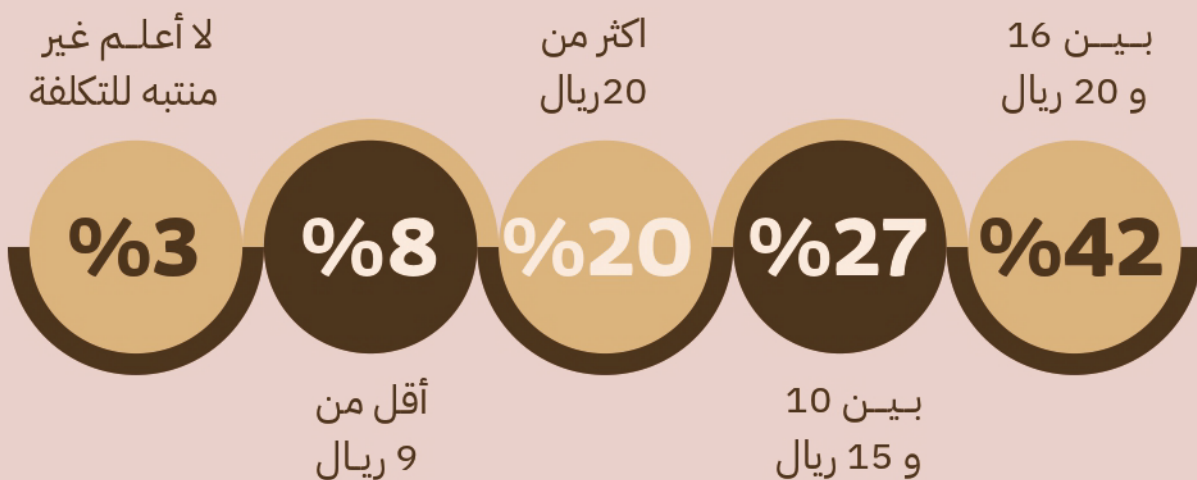
28% من المستهلكين يزورون محلات القهوة مرة واحدة يومياً
و4% لا يذهبون للمقاهي ولكن يشربون القهوة في المنزل او المكتب



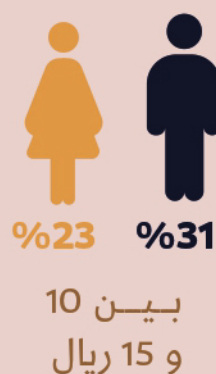
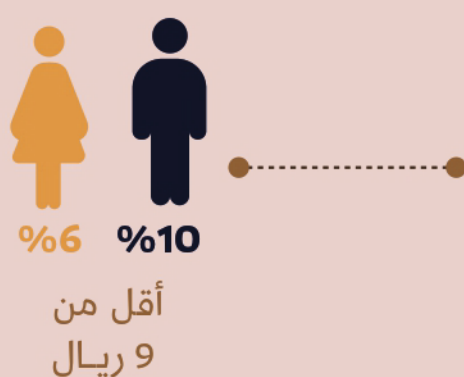
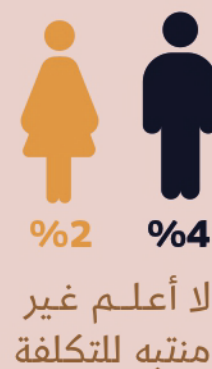
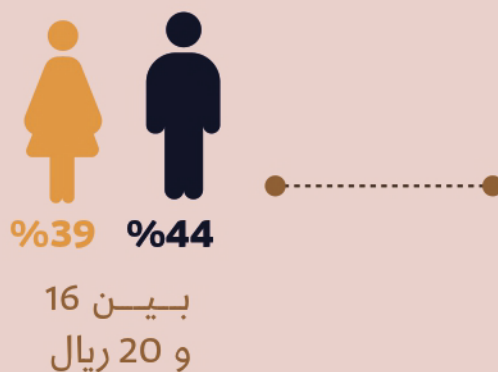
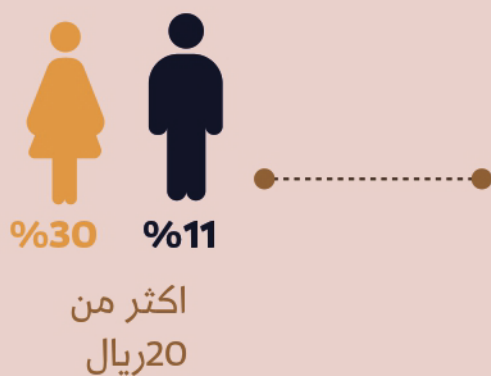


الإنفاق اليومي للقهوة

تكلف القهوة يوميا من 16 الى 20 ريال بالنسبة لـ 42% من المستهلكين
وتكلف 27% آخريين 10 الى 15 ريال يوميا



التكلفة اليومية للقهوة حسب الجنس



متوسط الإنفاق على القهوة (حسب العمر)

في المتوسط، يدفع الذين اعمارهم من 15 الى 19 عام 17.3 ريال يوميا على القهوة، وبمعدل مقارب تكلف القهوة للذين هم بين 20 الى 29 عام 16.2 ريال، يدفع اجمالي المستهلكين 16.1 ريال يوميا على القهوة، ويدفع الاناث 16.8 ريال والذكور 15.5 ريال، تكلف القهوة يوميا 17.1 ريال للذين في مدينة جدة، بينما تكلف 15.7 ريال للذين في مدينة الرياض، و 15.2 ريال للذين في مدينة مكة



سنة 15 - 19



سنة 20 - 29



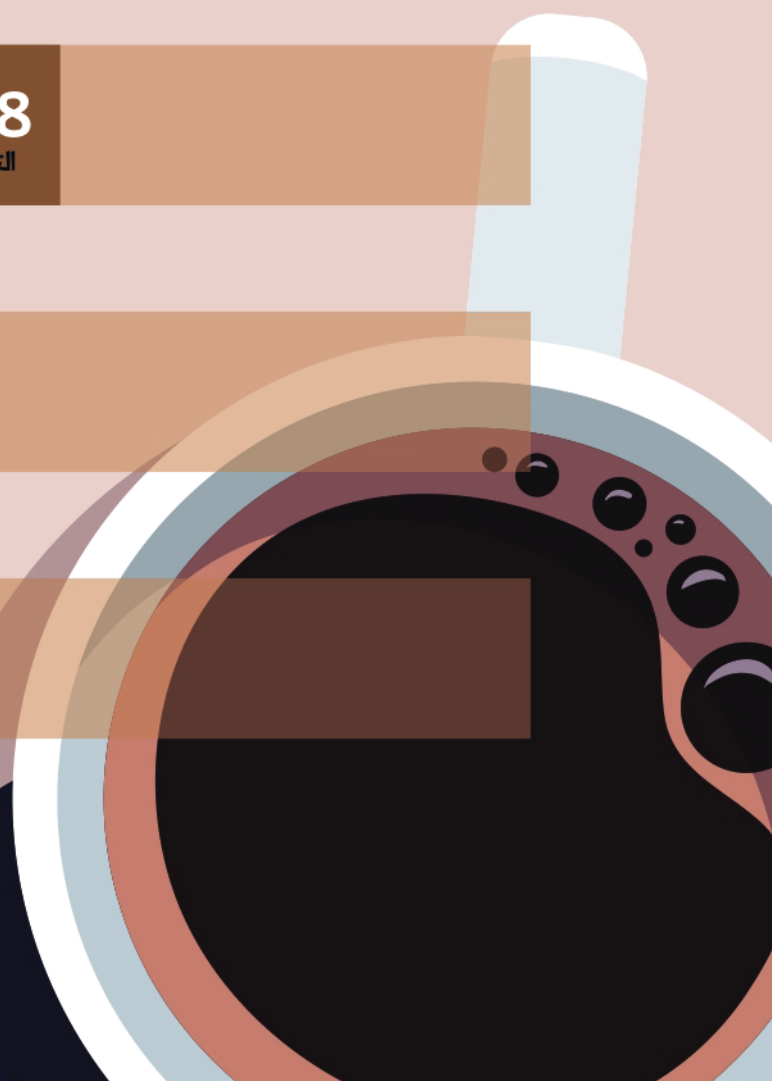
سنة 30 - 39



سنة 40 - 49



سنة 50+



طريقة اختيار المقهى

يهتم 71% من المستهلكين بجودة القهوة عند اختيارهم للمقهى و 56% منهم يرى ان اجواء المقهى عامل مهم ايضا.



31% مهتم بالقهوة وأختارها بعناية

25% أحب أجرب أنواع جديدة



30% أفضل نوع واحد من أماكن متفرقة

14% أفضل نوع واحد من مكان واحد

طريقة اختيار القهوة

31% من المستهلكين مهتمين بالقهوة ويختارونها بعناية، وبنسبة مقارنة بواقع 30% يفضلون نوع واحد من القهوة لكن من أماكن مختلفة

عوامل تحديد اختيار القهوة

73% من المستهلكين يختارون القهوة بناءً على مذاقها، وحصل عامل المذاق عند اختيار القهوة لدى الأنثاء والذكور على أعلى نتيجة



قوة تمنح نشاط



يهمني المكان



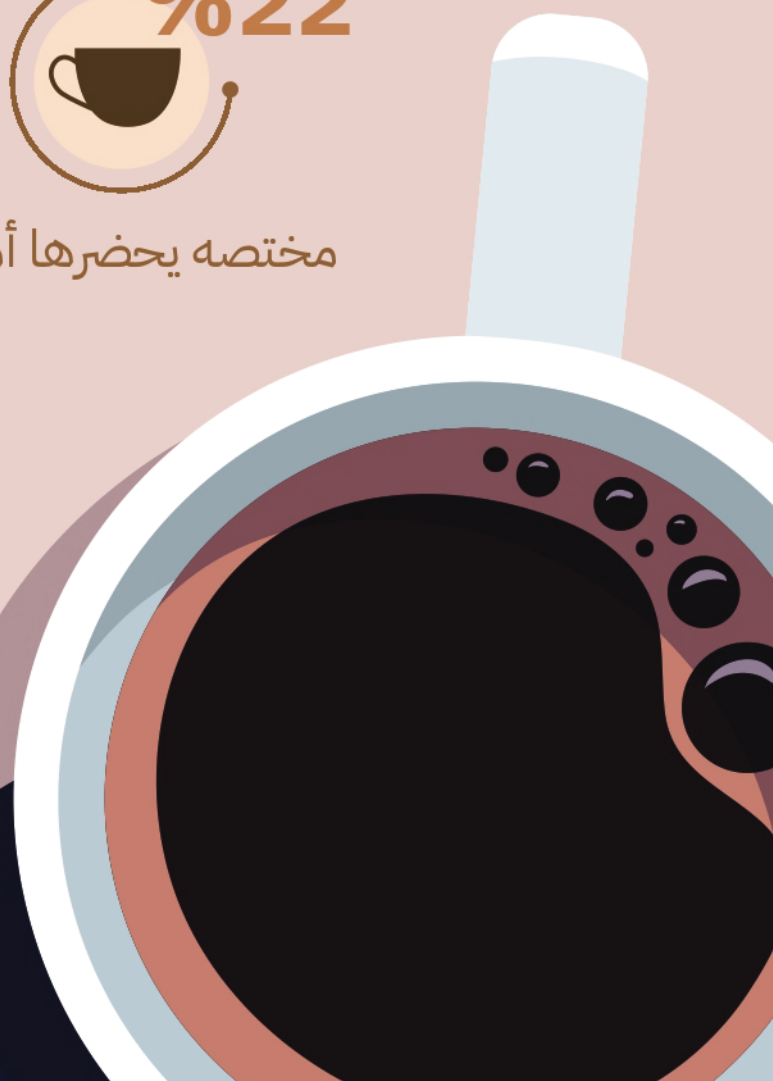
الطعم



غير مهتم



مختصه يحضرها أمامي



عوامل اختيار القهوة حسب الجنس

♂ %26 ♀ %46
يهمني المكان

♂ %62 ♀ %85
الطعم

♂ %32 ♀ %11
مختصة يحضرها أمامي

♂ %26 ♀ %29
قوية تمنح نشاط

♂ %2 ♀ %2
غير مهم



تفضيلات المنتج



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

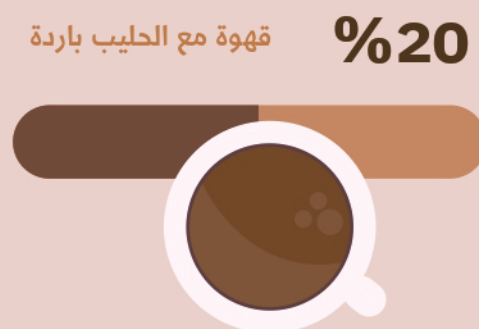
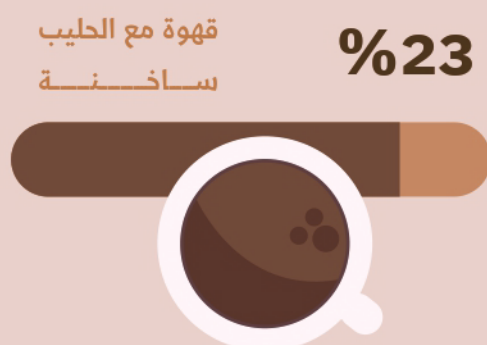
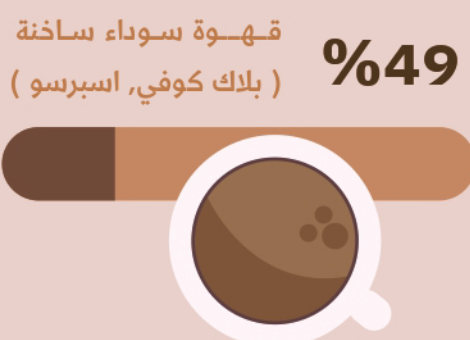
جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association

انواع القهوة المفضلة

القهوة السوداء الساخنة هي الأكثر تفضيلا بنسبة 49%
وتليها القهوة السعودية بنسبة 27%



انواع القهوة المفضلة حسب العمر

65% من الذين اعمارهم من 30 حتى 39 عام يفضلون القهوة السوداء الساخنة، و58% من الذين اعمارهم 50 عام واكثر يفضلون القهوة السعودية



قهوة سعودية قهوة ساخنة مع الحليب قهوة باردة مع الحليب قهوة سوداء ساخنة قهوة سوداء باردة



القهوة الساخنة المفضلة (مع الحليب)

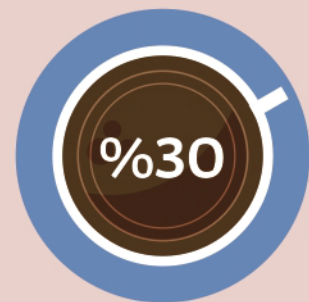
30% من المستهلكين يفضلون الكابتشينو
ويليها السبانيش لاتييه الساخن بنسبة 18%.



فلات وايت



سبانيش لاتييه



كابوتشينو



ماكياتو



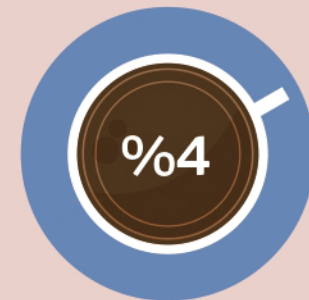
كورتادو



لاتيه



بلاك كوفي مع حليب



لاتيه بالنكهات



القهوة الباردة المفضلة (مع الحليب)

36% من المستهلكين يفضلون السبانيش لاتييه البارد
عندما يختارون القهوة الباردة مع الحليب و28% منهم يفضلون الوايت موكا



لاتييه



وايت موكا



سبانيش لاتييه



سريعة التحضير باردة بالحليب



كولد برو بالحليب



لاتييه بالنكهات



القهوة الساخنة المفضلة (قهوة سوداء)

يفضل 28% من المستهلكين البلاك كوفي، ويليه بمعدل مقارب القهوة المقطرة المختصة بنسبة 27%.



القهوة الباردة المفضلة (قهوة سوداء)

يفضل 41% من المستهلكين الآيس اميركانو
بينما 28% يفضلون الكولد برو



اييس كولد برو



اييس امريكانو



اييس بلاك كوفي



قهوة مقطرة على ثلج



السياق



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association

وقت شرب القهوة

37% من المستهلكين يشربون القهوة في فترة الصباح
و32% منهم ليس لديهم وقت محدد لشرب القهوة

32%



لا يوجد وقت محدد

37%



الصباح

11%



بعد العصر

16%



المساء

4%



الظهيرة

طريقة طلب القهوة

يذهب 56% من المستهلكين للمقهى لطلب القهوة، ويحضرها 32% منهم بأنفسهم.

7%



كشك خدمة السيارات

32%



أصنعها بنفسي

56%



أخذها من المقهى بنفسي

1%



أوصي شخص

2%



من تطبيقات التوصيل

2%



مكائن البيع الذاتية



التفضيل الاجتماعي

34% من المستهلكين يشربون القهوة بمفردهم، و28% مع اهاليهم

12%



مع زملائي

34%



لودي

26%



مع أصدقائي

28%



مع أهلي

مكان شرب القهوة

يشرب 31% من المستهلكين القهوة في منازلهم و 30% في المقهى

13%



المكتب

30%



المقهى

31%



المنزل

2%



الديوانية / الإستراحة

11%



السيارة

13%



أي مكان عام



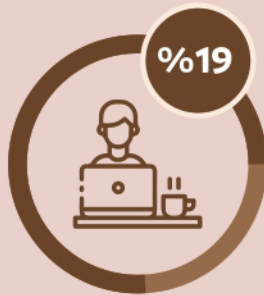
خيارات مصاحبة

53% من المستهلكين ياكلون الحلويات اثناء شرب القهوة
و24% لا يشربون او ياكلون اي شيء اثناء شرب القهوة

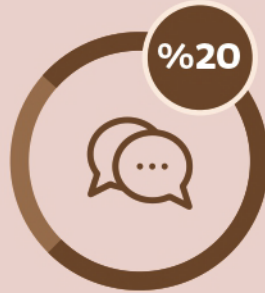


ظروف نفسية

يعتبر تصفح الهواتف هو (النشاط المصاحب الأعلى لشرب القهوة) بنسبة 23%
بينما حصلت الدردشة على 20%



العمل



الدردشة



تصفح الهاتف



سماع الموسيقى



التحدث في مواضيع
أهتم بها



الدراسة



السفر



القراءة



التفضيلات العامّة



راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association

عوامل اختيار المقهى

60% من المستهلكين يختارون المقهى بناء على سمعته
ويختار 52% منهم المقهى بناء على ديكوراتها

7% 
الإزدحام على المقهى

12% 
اسم العلامة التجارية
وكثرة فروعه

9% 
التجربة بلا اهتمام

47% 
السعر المناسب

60% 
سمعة المقهى

22% 
يجتمع به أصدقاؤه

23% 
المقهى القريب مني (الحي)

39% 
تقييمات المقهى

28% 
على طريقي

33% 
مقهى مختص قريبا

52% 
ديكورات المقهى



كوب القهوة المفضل

42% من المستهلكين ليس لديهم كوب مفضل ويفضل 23% منهم اكواب السيراميك او الزجاج

23%

أكواب سيراميك
أو زجاج

42%

لا يفرق
بالنسبة لي

16%

الكوب الخاص
فيني

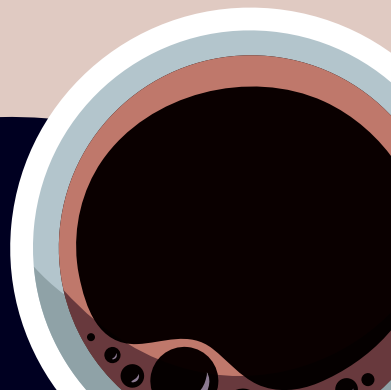
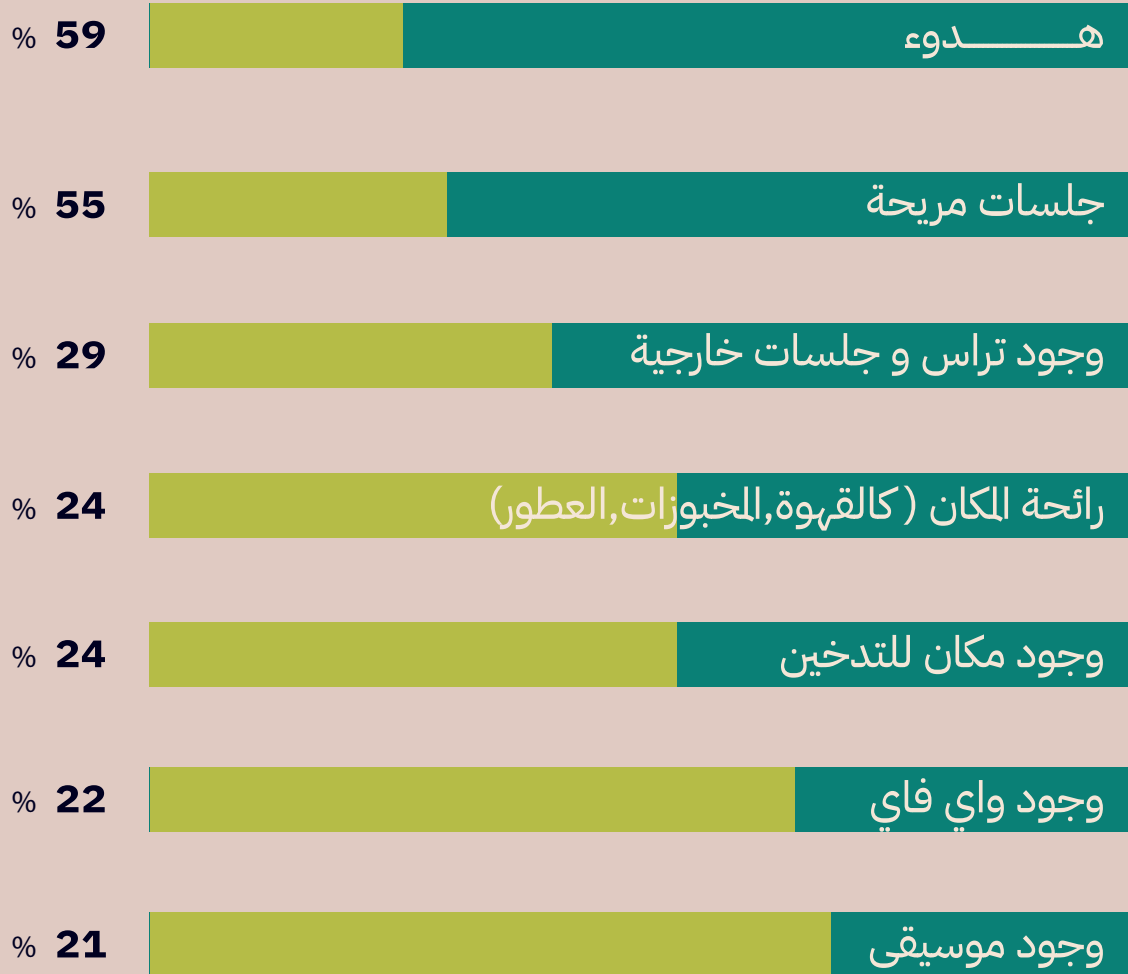
19%

أكواب المقهى الورقية
أو البلاستيكية



تفضيلات مرافق المقهى 1/ 2

59% من المستهلكين يهتم مدى هدوء المقهى أثناء الجلوس فيه
وبنسبة مقارنة بواقع 55% يهتم ان تكون المقاعد مريحة.



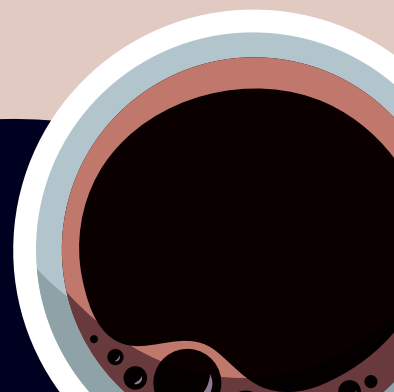
تفضيلات مرافق المقهى 2/ 2

59% من المستهلكين يهتم مدى هدوء المقهى أثناء الجلوس فيه
وبنسبة مقارنة بواقع 55% يهتم ان تكون المقاعد مريحة.



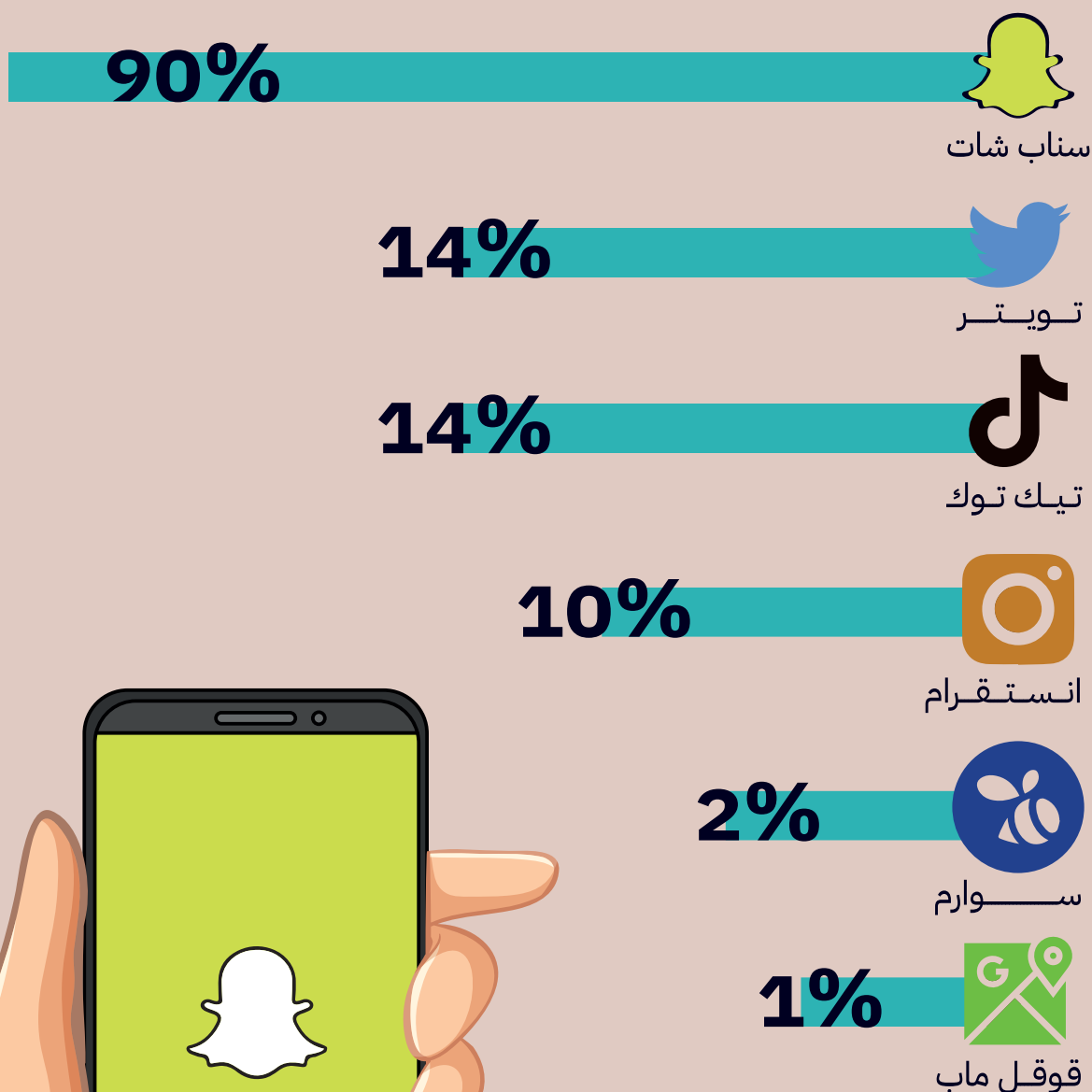
هل تشارك تجربتك للقهوة في وسائل التواصل الاجتماعي؟

51% من المستهلكين يشاركون تجربتهم للقهوة في وسائل التواصل الاجتماعي



منصات التواصل الاجتماعي التي يتم المشاركة من خلالها

أكثر منصة يتم مشاركة تجربة شرب القهوة من خلالها هي سناب شات بواقع 90%
ويليها بفارق كبير انستقرام وتويتر بواقع 14% لكل منصة



طلب القهوة عن طريق التطبيقات

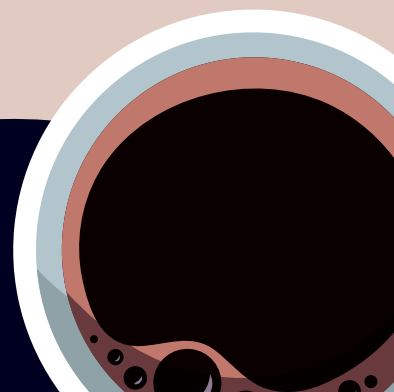
افاد 79% من المستهلكين بانهم لا يطلبون من تطبيقات التوصيل وافاد 21% من المستهلكين بانهم يفضلون الطلب عن طريق التطبيقات.

توصيل
تطبيقات

21%

ما اطلبها
توصيل

79%



شكراً لكم

راعي مشارك

DRC

رعاية التقرير

الآمار **alamar**

jahez

القائم على التقرير

جمعية
ملاك المطاعم
والمقاهي



Restaurant & Cafe Owners Association