



FREQUENCY

Marketing & Research Consultancy

تقرير

عادات استهلاك

القهوة

في المملكة العربية السعودية

أكتوبر 2024



المحتويات

نظرة عامة

01

عادات المجيبين في استهلاك القهوة

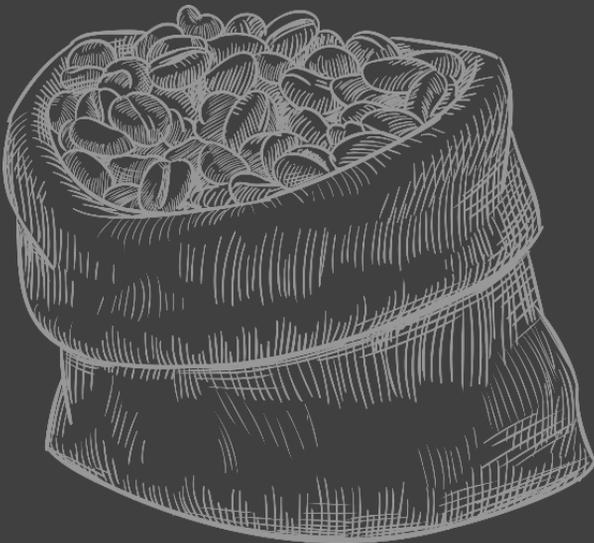
02

بعض الاستنتاجات من الدراسة

03

نبذة عن Frequency

04



01

نظرة عامة

- المقدمة
- أهداف البحث
- العمل الميداني
- البيانات الديموغرافية



المقدمة



شهدت **صناعة القهوة** تطورًا كبيرًا في السنوات الأخيرة، خاصة مع انتشار **المقاهي المختصة** وتنوع خيارات القهوة المتاحة. أحد أهم المحاور التي يطرحها التقرير هو **تحديد العوامل** التي تسهم في خلق تجربة إيجابية لدى المستهلك، بالإضافة إلى **دراسة الأنماط السلوكية** المختلفة المرتبطة باستهلاك القهوة، حيث إن لهذه العوامل دورًا أساسيًا في تحديد الميزة التنافسية بين مقدمي القهوة في سوق تزاد فيه التشابهات بين المنتجات، ليبقى تميّز التجربة هو الفيصل بينهم.

يُعنى هذا التقرير بفهم **عادات استهلاك القهوة** بالإضافة إلى تحليل تفضيلات المستهلكين وتحديد أولوياتهم عند اختيار منتجات القهوة.

مع تزايد اهتمام المستهلكين بالقهوة كجزء من نمط حياتهم اليومي، لم يعد استهلاك القهوة مقتصرًا على الشرب التقليدي فقط، بل أصبح يمثل تجربة متكاملة تشمل الأنواع المختلفة من القهوة، طرق تحضيرها، وأماكن الحصول عليها.

تم إعداد هذه الدراسة بشكل مستقل من قبل **Frequency Marketing & Research Consultancy** تزامنًا مع (**اليوم العالمي للقهوة**) دون تمويل من أي جهة أو علامة تجارية.





أهداف البحث

فهم عادات استهلاك القهوة



تقييم تجارب المستهلكين مع القهوة



تحديد العوامل المهمة في اختيار القهوة





العمل الميداني



تتكون عينة الدراسة من
703 مجيب حيث تحقق
نسبة ثقة **95%** مع
هامش خطأ **4%**



تم الوصول لنتائج
هذه الدراسة
باستخدام منهجية
البحث الكمي

تم الوصول إلى

703 مجيب



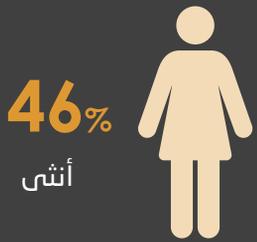
21

لا يشربون القهوة

682

يشربون القهوة

البيانات الديموغرافية



الجنس



غير سعودي/ة



سعودي/ة

الجنسية



موظف قطاع
خاص



موظف قطاع
حكومي



طالب



غير موظف



أعمال حرة



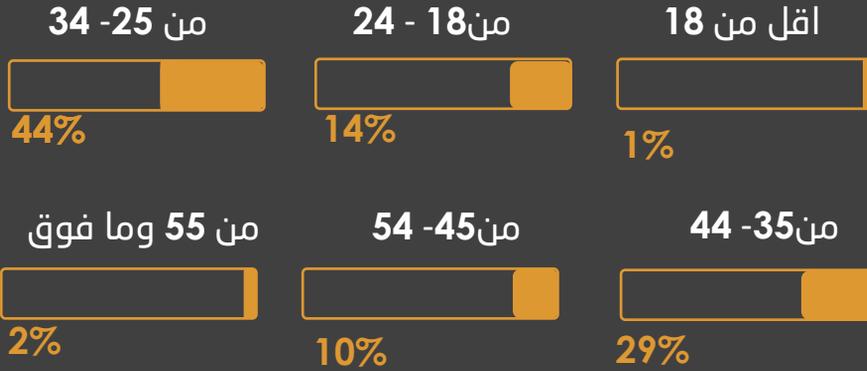
متقاعد

الحالة
الوظيفية



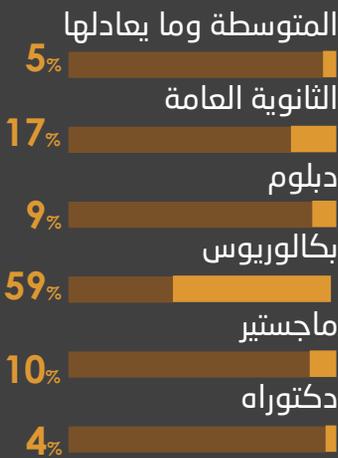
البيانات الديموغرافية

العمر



متوسط العمر هو 39 عام

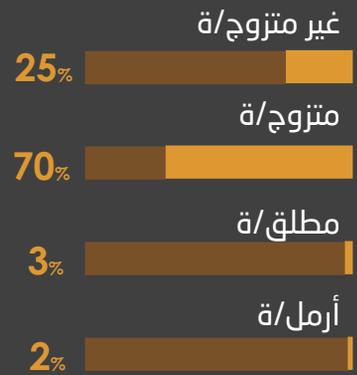
مستوى التعليم



الدخل الشهري



الحالة الاجتماعية



متوسط الدخل هو 16,325 ر.س



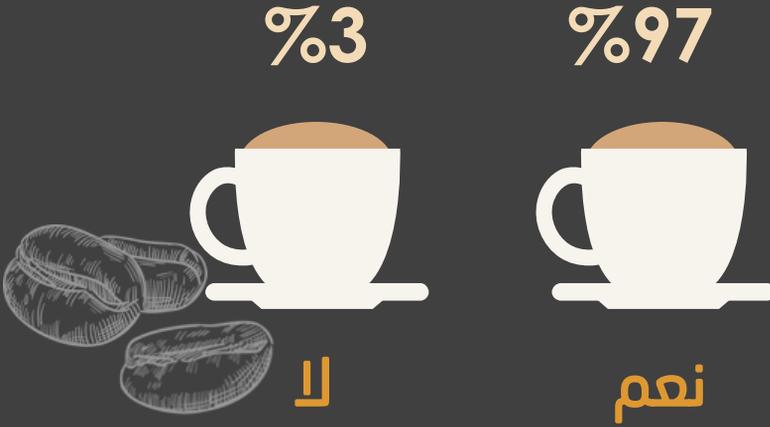
02

عادات المجيبين في استهلاك القهوة

- أنواع القهوة المفضلة لدى
المجيبين
- معدل شرب القهوة
- المكان والرفقة لشرب القهوة
- العوامل المؤثرة في اختيار القهوة
- الأطعمة والمنكهات مع القهوة
- الانفاق الشهري على القهوة



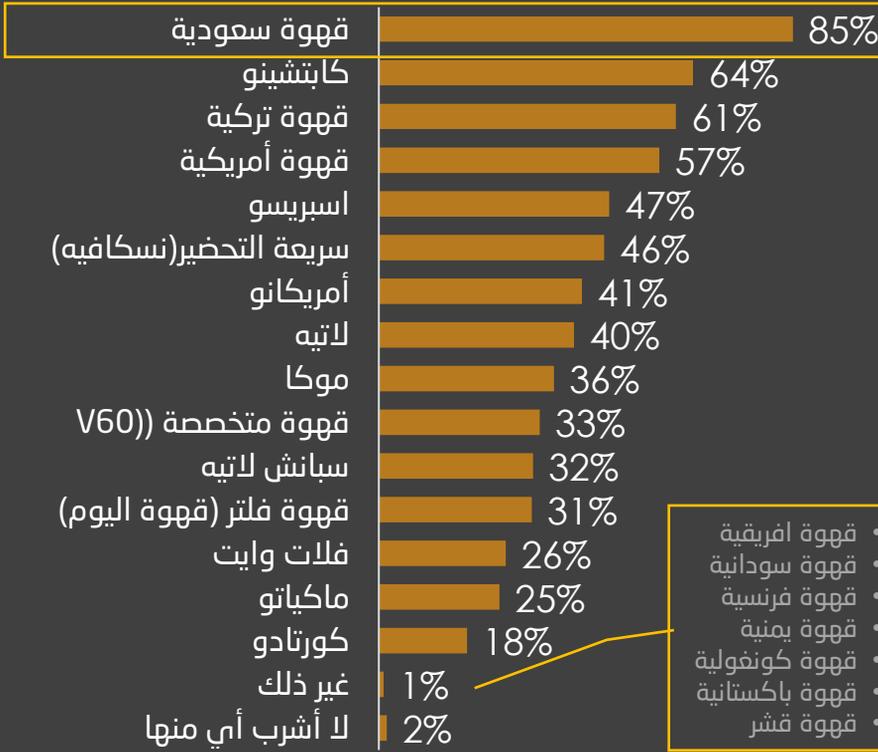
شرب القهوة



من الملاحظ ارتفاع نسبة **استهلاك القهوة** في المملكة العربية السعودية، حيث إن **97%** من المجيبين **يشربون القهوة**



أنواع القهوة التي يشربها المجيبين



تصدرت **القهوة السعودية** قائمة التفضيلات بفارق ملحوظ، بينما يلاحظ أن القهوة كورتادو هي الأقل تفضيلاً بين الأنواع الأخرى





معدل

شرب القهوة باليوم

لا أشربها يومياً

3%

أشربها مرة يومياً

21%

أشربها مرتين يومياً

44%

أشربها 3 مرات يومياً

20%

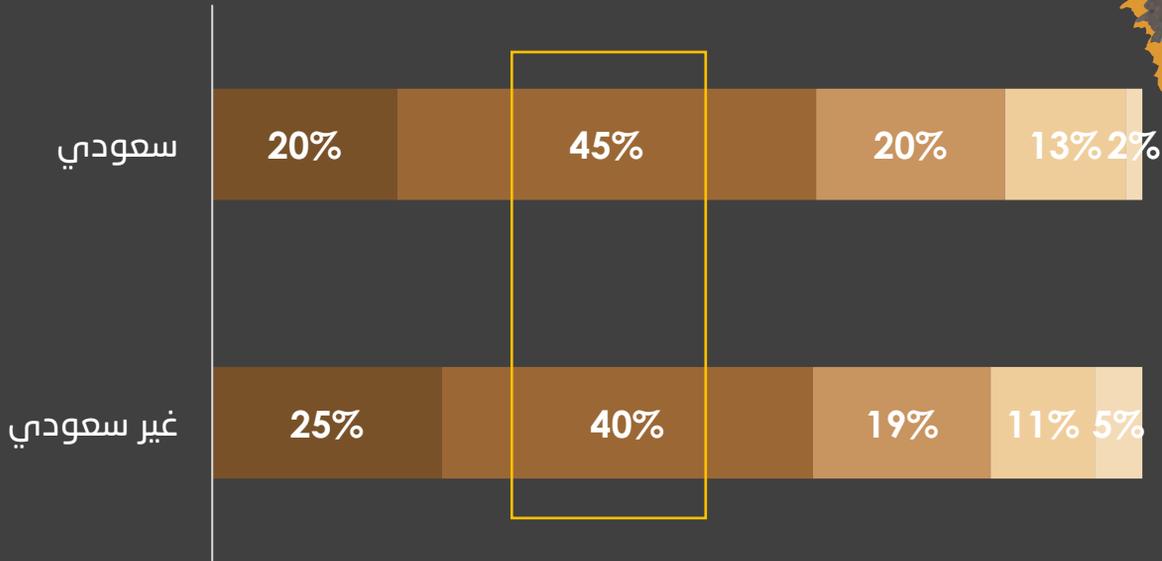
أشربها أكثر من 3 مرات

12%

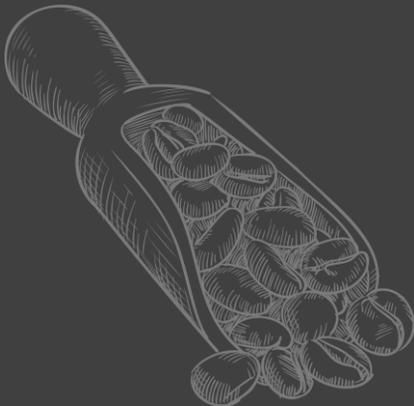
متوسط معدل شرب القهوة
هو **مرتين** في اليوم

معدل شرب القهوة باليوم (بالجنسية)

المجيبون السعوديون يشربون القهوة مرتين
في اليوم أكثر من المجيبين غير السعوديين
بنسبة 5%



لا اشربها يومياً ■ أكثر من 3 مرات ■ 3 مرات ■ مرتين ■ مرة واحدة



المكان المفضل لشرب القهوة



في المنزل **75%**



في المقاهي **56%**



في العمل أو
الدراسة **54%**



أثناء التنقل **41%**

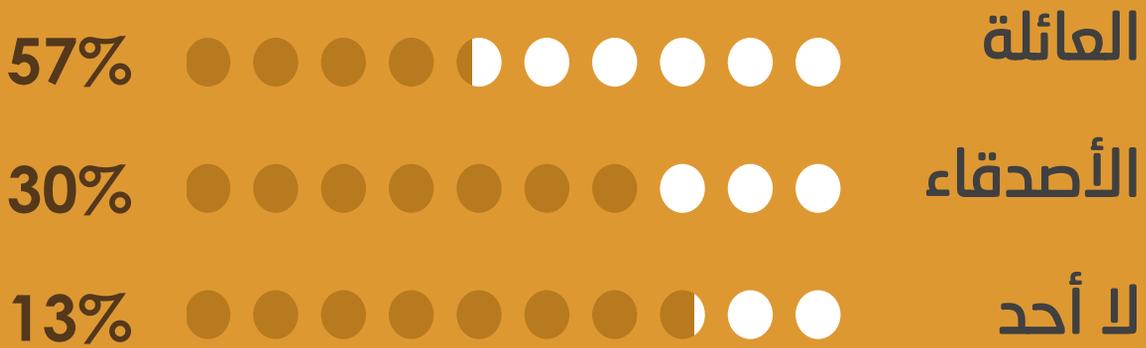


75% من المجيبين يشربون القهوة في المنزل
باختلاف ملحوظ عن البقية

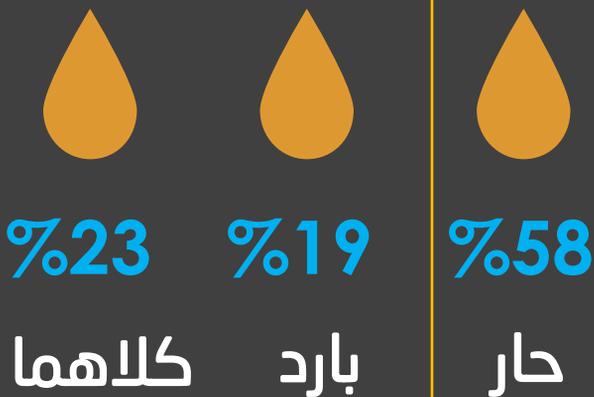




مشاركة القهوة



57% من المجيبين يستمتعون بشرب القهوة برفقة العائلة، بينما 13% يستمتعون بشرب القهوة بمفردهم



تفضيل درجة حرارة القهوة

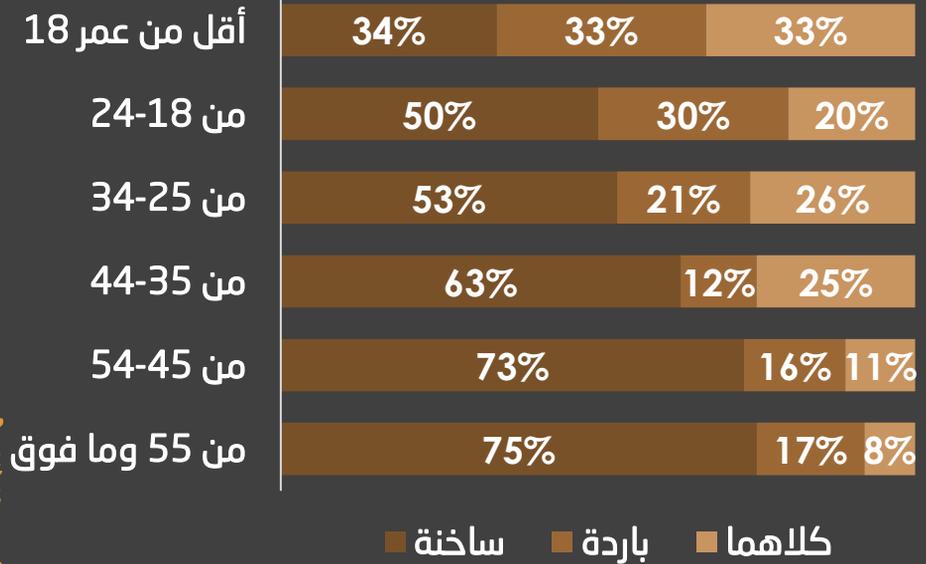
أكثر من نصف المجيبين يفضلون شرب القهوة الحارة



تفضيل

درجة حرارة القهوة حسب الأعمار

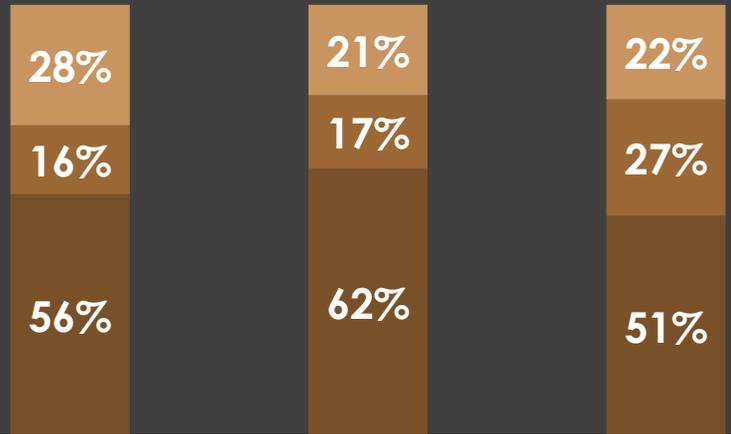
تظهر النتائج أن هناك فرقاً في تفضيل المشروبات الساخنة بين الفئة العمرية من 18 - 24 عاماً والفئة من 45-54 عاماً، حيث يميل الشباب لشرب القهوة الباردة أكثر، بينما الفئة الأكبر سناً تفضل المشروبات الساخنة



تفضيل

درجة حرارة القهوة
حسب المدينة

المجيبون من **مدينة الرياض** يفضلون شرب القهوة الساخنة أكثر من مدينة جدة والدمام



جدة

الرياض

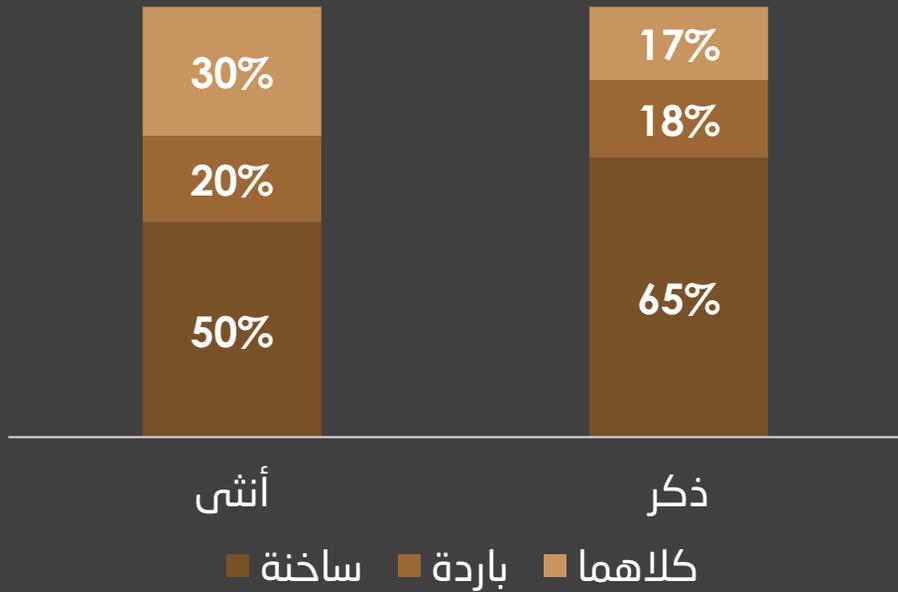
الدمام

■ ساخنة ■ باردة ■ كلاهما

تفضيل

درجة حرارة القهوة
حسب الجنس

المجيبون الذكور يفضلون شرب القهوة الساخنة
أكثر من المجيبات الإناث



تفضيل

درجة حرارة القهوة
حسب الجنسية

المجيبون غير السعوديون
يفضلون شرب القهوة الساخنة أكثر
من المجيبين السعوديين

سعودي/ة

55%

22%

23%

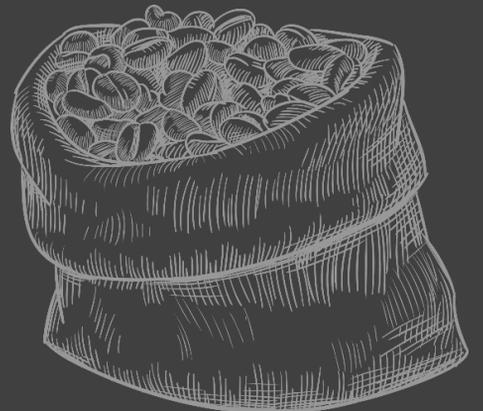
غير سعودي/ة

66%

10%

24%

كلاهما ■ باردة ■ ساخنة



العوامل المهمة عند اختيار القهوة



سرعة التحضير



السعر



نوع القهوة
(البن)



الجودة



الطعم

طعم وجودة القهوة

من أبرز العوامل عند اختيار القهوة بنسبة 76%



الحصول على القهوة

كلاهما



61%

شراؤها جاهزة



15%

أحضرها بنفسني



24%

61% من المجيبين يحصلون على قهوتهم إما من خلال تحضيرها بأنفسهم أو شراء القهوة الجاهزة، حيث تشمل هذه النسبة أولئك الذين يعتمدون على كلا الخيارين

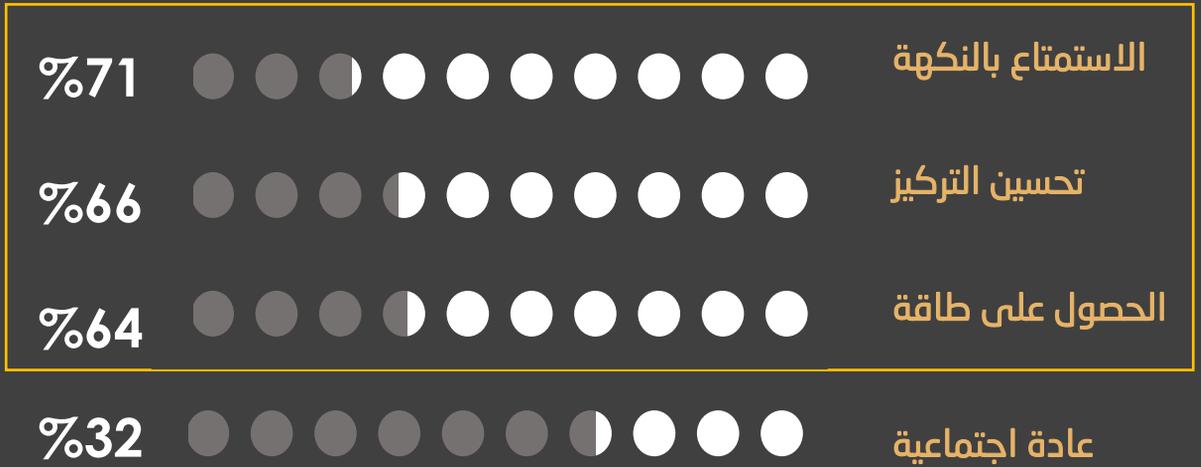


إضافات القهوة بشكل عام

68% من المجيبين يضيفون الحليب للقهوة



الأسباب الأساسية لشرب القهوة



الاستمتاع بالنكهة،
تحسين التركيز،
والحصول على الطاقة
من أبرز الأسباب لشرب
القهوة.



الأطعمة والمرافقات مع القهوة



الشوكولاتة، الكعك أو المخبوزات، والتمر هي الأطعمة التي يتناولها ما يقارب نصف المجيبين مع القهوة



الانفاق شهرياً على القهوة

متوسط الانفاق الشهري لشرب القهوة هو **309 ر.س**



أقل من 100 ريال



100 - 200 ريال



201 - 300 ريال



301 - 400 ريال



401 - 500 ريال



أكثر من 500 ريال



03

الاستنتاجات من الدراسة



بعض الاستنتاجات من الدراسة

القهوة المختصة أصبحت خيارًا شائعاً بين فئات الشباب، مما يشير إلى ارتفاع الطلب على الجودة العالية والمذاق المميز



القهوة جزء أساسي من الروتين اليومي للعديد من المستهلكين الذين يلتزمون بشربها يوميًا، مما يتيح فرصة للعلامات التجارية لتقديم منتجات تلبي احتياجاتهم، كعروض القهوة الصباحية والمسائية أو الاشتراكات المتنوعة



تعزيز استهلاك القهوة في المنزل من خلال تقديم منتجات جديدة مثل أدوات تحضير القهوة الاحترافية وحبوب القهوة المميزة التي يمكن تحضيرها بسهولة



بعض الاستنتاجات من الدراسة

توفير محتوى تعليمي عن طرق تحضير القهوة في المنزل، وتقديم عروض حصرية لشراء القهوة عبر الإنترنت في المواقع والتطبيقات المهتمة بالقهوة



تفضيل القهوة السعودية بشكل كبير يعزز من فرص العلامات التجارية المحلية للاستفادة من هذا الاتجاه من خلال تقديم منتجات جديدة أو تطوير تجربة القهوة التقليدية



أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من المستهلكين يفضلون شرب القهوة مع العائلة والأصدقاء، مما يفتح فرصة للعلامات التجارية لتقديم عروض خاصة للمجموعات أو تنظيم حملات تعزز التجمعات الاجتماعية



بعض الاستنتاجات من الدراسة

العديد من المستهلكين يستمتعون بتناول الشوكولاتة والكعك والتمر مع القهوة، مما يتيح للعلامات التجارية فرصة لتقديم عروض تجمع بين القهوة وهذه المرافق الشهيرة لتلبية تفضيلات العملاء



الطعم والجودة هما العاملان الرئيسيان اللذان يؤثران على اختيارات المستهلكين للقهوة، مما يعكس أهمية التركيز على تحسين النكهات وجودة المنتجات لتلبية توقعاتهم



04

نبدة عن فريكونسي



من نحن؟

فريكونسي هي شركة وطنية
رائدة في مجال الدراسات
والأبحاث التسويقية وعلوم
البيانات، تأسست في عام 2014

نستمع، نتعلم، نتفهم، ونحلل آراء
الفئة المستهدفة، ونحولها لأفكار
عملية قابلة للتنفيذ في كل من
القطاع العام، والخاص، وكذلك
القطاع غير الربحي، لإتخاذ قرارات
مبنية على معلومات مدروسة.



نساعدك و نمكنك في ...



04

تطوير استراتيجية
تسويق فعالة



01

اتخاذ قرار بشأن
تحسين الأعمال



05

تطوير استراتيجية
تواصل فعالة



02

تعزيز قاعدة
العملاء



06

تطوير قيمة العلامة
التجارية (مكانتها الذهنية)



03

اتخاذ قرار بشأن
إطلاق منتج/ فكرة
جديدة في السوق



خدماتنا



تطوير المبادئ
ومفاهيم



تجربة/رضا
الموظفين



قيمة العلامة
التجارية



مراقبة السوق
والمسوق الخفي



دراسة الأسعار
وأليتها



تجربة /رضا
العملاء



قياس فعالية
التواصل



شجرة قرار
العميل



مراقبة
السوق



اختبار منتج
جديد



الاستخدام و
الممارسات



تصنيف الشريعة
المستهدفة



نقدّم لك فهم كلي للسوق

الساحة

ندرس الحركة و التغيرات التي
تحدث في مجال المنتج أو
الخدمة التي تقدّمها.

رحلة العميل (نقاط الالتقاء)

نستكشف رحلة عميلك
وفعالية كل محطة فيها،
لتحديد العوامل التي
تحقق أفضل تجربة
بالنسبة له عند كل
محطة.



المنتج

ندرس و نقيس جودة
أداء المنتج أو الخدمة
التي تقدّمها.

الناس

نفهم فئتك المستهدفة. من هم مؤيدوك،
ومن هم منتقدوك؟ ولماذا؟
نساعدك أيضا في معرفة فئات مستهدفة
محتملة جديدة.

العلامة التجارية

نساعدك في معرفة قيمة علامتك التجارية.
ماهي أوجه التشابه مع منافسيك؟
وماهي أوجه التميز لديك في نظر فئتك
المستهدفة؟..

تابعونا و تواصلوا معنا

@frequency_sa



جدة | المملكة العربية السعودية



frequency.sa



info@frequency.sa



0122163414



www.frequency.sa



frequency-research
consultancy





FREQUENCY

Marketing & Research Consultancy



الهاتف: +966 12 216 3414

البريد الالكتروني: info@frequency.sa

الموقع الالكتروني: www.frequency.sa