

التطورات الأخيرة والتسويق وجذب الزبائن في قطاع صناعة الحلويات
والكيك، بالتطبيق على مؤسسة صنّاع القهوة في جدة / المملكة العربية
السعودية

أنور قايد الحور

2021205941

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات

2	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
3	1.1. المقدمة:.....
4	1.2. مشكلة الدراسة.....
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
6	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
7	1.3. أهمية الدراسة.....
7	1.3.1. على المستوى النظري:.....
7	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
7	1.4. أسئلة الدراسة.....
7	1.5. أهداف الدراسة.....
7	1.6. فرضيات الدراسة.....
7	1.7. نموذج الدراسة.....
8	1.8. منهجية الدراسة.....
8	1.9. الدراسة الميدانية.....
8	1.10. مخطط المشروع المقترح.....
9	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
9	2.1. المقدمة:.....
9	2.2. المتغير المستقل.....
9	2.3. المتغير التابع.....
10	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
10	2.5. الخاتمة.....
10	قائمة المراجع.....

1-الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تعد صناعة الحلويات والكيك من أكثر القطاعات حيوية في الصناعات الغذائية، لما لها من دور أساسي في تلبية احتياجات المستهلكين المختلفة وتتميز بتنوع منتجاتها حيث تشمل مجموعة واسعة من المنتجات مثل الكعك، البسكويت، المعجنات، والشوكولاتة. وهذا القطاع يتميز بتنوع كبير في النكهات والأشكال، مما يجعله يلبي احتياجات وأذواق المستهلكين المختلفة.. ويعود تاريخ هذه الصناعة إلى العصور القديمة في مصر واليونان، حيث كانت الحلويات تصنع باستخدام العسل والفواكه. مع مرور الزمن، تم إدخال السكر كعنصر أساسي، مما أدى إلى تطور كبير في تنوع الحلويات. في العصور الوسطى، انتشرت تقنيات صناعة الحلويات عبر أوروبا، حيث أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الاحتفالات الملكية والدينية والمناسبات اليومية. ثم انتشرت إلى جميع انحاء العالم على مستوى واسع وكبير.

في القرن التاسع عشر، أدت الثورة الصناعية إلى تطوير معدات وتقنيات جديدة في صناعة الحلويات. ظهرت آلات الخلط والخَبز التي سمحت بإنتاج كميات كبيرة بطرق أكثر كفاءة. بالإضافة إلى ذلك، ساهمت تطورات النقل والتبريد في توسيع نطاق توزيع الحلويات، مما جعلها متاحة لعدد أكبر من الناس

كما شهدت تطوراً كبيراً مع التقدم التكنولوجي، مما أتاح استخدام تقنيات حديثة مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد والزخرفة المتقدمة في تزيين الكيك وتحسين جودة المنتجات. وظهر نكهات جديدة ومتنوعة بأشكال متميزة ومتقنة وجذابة مما زاد الطلب على المنتجات الفاخرة والمبتكرة. وأصبح لها قسم ومجال خاص يتم تعليم الافراد طرق صناعة الحلويات والكيك.

ويعتبر قطاع الحلويات والكيك من القطاعات الاقتصادية المؤثرة في المملكة العربية السعودية، حيث يساهم في خلق فرص عمل جديدة وزيادة الإيرادات. كما أن التحولات في تفضيلات المستهلكين نحو المنتجات الصحية والعضوية تضيف بعداً جديداً لهذه الصناعة.

ومؤسسة "صناع القهوة" في جدة تُعد نموذجاً بارزاً في هذا القطاع، حيث تقدم منتجات متميزة من الحلويات والكيك باستخدام مكونات طبيعية وأساليب حديثة. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم شامل لصناعة الحلويات والكيك من خلال دراسة حالة مؤسسة "صناع القهوة"، وتحليل استراتيجياتها وتقييم أدائها في ظل المنافسة الشديدة بالسوق السعودي. سيساعد هذا التحليل في الكشف عن التحديات والفرص المتاحة في هذا

القطاع النامي، وتقديم توصيات لتحسين الأداء والاستفادة من الفرص المستقبلية ضمن مجال صناعة الكيك والحلويات.

من خلال مناقشة هذه الدراسات السابقة، يمكن الاستفادة من البيانات الموجودة لتوجيه الأبحاث وتحليل الاتجاهات السوقية، وكذلك لتحديد الفرص والتحديات المحتملة التي قد تواجه مشروع صناعة الحلويات والكيك في "صنّاع القهوة". كما يمكن استخدام هذه الدراسات لفهم وجهات النظر السابقة وتحديد مدى التأثير الاقتصادي والاجتماعي لمثل هذه المشاريع على المجتمع المحلي والاقتصاد الوطني.

1.2. مشكلة الدراسة

مشكلة الدراسة في مجال صناعة الحلويات والكيك، بالتطبيق على مؤسسة "صنّاع القهوة" في جدة، قد تتمثل في عدة جوانب أهمها النقطة الاولى:

1. **التسويق وجذب الزبائن**: تعد استراتيجيات التسويق وجذب الزبائن مشكلة رئيسية، حيث يجب على المؤسسات تطوير استراتيجيات مبتكرة للترويج لمنتجاتها وجذب العملاء في سوق يزداد فيه التنافس يوماً بعد يوم
2. **المنافسة الشديدة**: يواجه السوق في جدة منافسة قوية في مجال صناعة الحلويات والكيك، حيث تعتبر هذه الصناعة شديدة التنافسية وتتطلب استثمارات كبيرة في الابتكار والتسويق للتميز عن الآخرين.
3. **التغيرات في التوجهات الاستهلاكية**: يعد فهم التغيرات المستمرة في اتجاهات الاستهلاك والأذواق تحدياً كبيراً، حيث يجب على المؤسسات أن تكون حساسة لتلك التغيرات وتتكيف معها بسرعة لتلبية توقعات العملاء.
4. **التحديات الصحية والغذائية**: تزايد الوعي بالتغذية الصحية قد يؤدي إلى تحديات في استخدام المكونات والمواد الغذائية، مما يتطلب الالتزام بالمعايير الغذائية الصارمة والتقنيات الحديثة في التصنيع.
5. **التكاليف وإدارة الموارد**: تشمل مشكلة إدارة التكاليف والموارد التحديات المالية والإدارية التي يواجهها أصحاب المشاريع، حيث يجب على المؤسسات تحقيق التوازن بين الجودة والتكاليف لضمان الاستدامة والربحية..

بمعالجة هذه المشكلات في الدراسة، يمكن تحديد الفرص المحتملة والحلول الابتكارية التي يمكن أن تعزز نجاح مشروع صناعة الحلويات والكيك في "صنّاع القهوة"، وكذلك تقديم توصيات مستنيرة لتعزيز الرضا العملاء يتم تقسيم المشكلة الى فجوات نظرية وعملية

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

1. نقص الدراسات حول تفضيلات المستهلكين في السوق العربي:

هناك حاجة إلى دراسات تفصيلية تستكشف تفضيلات المستهلكين في السوق العربي للحلويات والكيك، وتحديد العوامل التي تؤثر في قراراتهم الشرائية. مثل هذه الدراسات يمكن أن تساعد في فهم ما إذا كانت الأساليب التقليدية أو الحديثة لتصميم الحلويات والكيك تفضل عند العملاء، وكيف يمكن للمؤسسات مثل "صنّاع القهوة" تكييف منتجاتها واستراتيجياتها وفقاً لذلك.

2. المنهجيات الجديدة في التصنيع والتسويق:

يُعد التطور التكنولوجي في مجال صناعة الأغذية والمشروبات واحداً من العوامل المؤثرة بشكل كبير في كيفية تصنيع وتسويق الحلويات والكيك. هناك حاجة إلى دراسات تستكشف كيفية استخدام التكنولوجيا المتقدمة مثل التكنولوجيا النانوية أو الطباعة ثلاثية الأبعاد في تحسين جودة المنتجات وخفض التكاليف. كما يمكن للدراسات أن تستكشف كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في تحسين استراتيجيات التسويق والتواصل مع العملاء.

3- التأثيرات الثقافية والاجتماعية:

تؤثر العوامل الثقافية والاجتماعية بشكل كبير على سلوك المستهلكين وقراراتهم الشرائية. يجب إجراء دراسات لفهم كيفية تأثير هذه العوامل على تفضيلات المستهلكين للحلويات والكيك في السوق العربي، وكيفية تكييف المؤسسات مع هذه العوامل لتلبية توقعات العملاء وزيادة قبول منتجاتها.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1- التكنولوجيا والتصنيع:

المشكلة: قد يواجه المشروع صعوبات في تبني التكنولوجيا المتقدمة في عمليات التصنيع، مثل التكنولوجيا النانوية أو التقنيات الحديثة في تحسين جودة المنتجات.

التوصيات: دراسة عملية لتحديد كيفية استخدام التكنولوجيا في تحسين كفاءة عمليات التصنيع، مع التركيز على الاستدامة والتكلفة.

2- التسويق والتواصل:

المشكلة: قد تكون هناك تحديات في التواصل الفعال مع الزبائن وبناء علاقات دائمة، خاصة في ظل المنافسة الشديدة في سوق الحلويات والكيك.

التوصيات: تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة تستخدم أحدث التقنيات مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي لجذب العملاء وبناء الولاء.

3- إدارة الجودة وضمان السلامة الغذائية:

المشكلة: التزام المشروع بمعايير الجودة والسلامة الغذائية يمكن أن يكون تحديًا، خاصة في ظل المتطلبات الصارمة للتشريعات الصحية والغذائية.

التوصيات: تطوير إجراءات واضحة وفعالة لضمان الامتثال للمعايير الغذائية وضمان السلامة الغذائية، بما في ذلك التدريب المستمر للموظفين واستخدام التكنولوجيا في ضمان الجودة.

4- إدارة الموارد والتكاليف:

المشكلة: إدارة التكاليف بفعالية واستخدام الموارد بكفاءة يمكن أن يكونا تحديين كبيرين، خاصة في ظل ارتفاع تكاليف المواد الخام والطاقة.

التوصيات: تحليل تكاليف الإنتاج بدقة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها، بالإضافة إلى استخدام تقنيات إدارة الموارد لتحسين الكفاءة العامة للمشروع.

4.1. أهمية الدراسة

4.1.1. على المستوى النظري:

4.1.2. على المستوى التطبيقي:

4.2. أسئلة الدراسة

4.3. أهداف الدراسة

4.4. فرضيات الدراسة

4.5. نموذج الدراسة

المراجع:

قائمة بالمراجع والدراسات التي تم الاعتماد عليها في البحث.

- 4.6. منهجية الدراسة
- 4.7. الدراسة الميدانية
- 4.8. مخطط المشروع المقترح

5-الفصل الثاني: الدراسات السابقة

5.1. المقدمة:

5.2. المتغير المستقل

5.3. المتغير التابع

5.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

5.5. الخاتمة

قائمة المراجع

1. (2018). صناعة الحلويات: تاريخ وتطور. القاهرة: دار الفكر.
2. (2020). الابتكار في صناعة الكيك. مجلة العلوم الغذائية، 15(3)، 45-58.
3. (2019). تقنيات التصنيع الحديثة في صناعة الحلويات. الرياض: دار النهضة.
4. استراتيجيات التسويق الرقمي لمنتجات الحلويات. مجلة التسويق الإلكتروني، 12(4)، 102-117.
5. (2017). تحليل سلوك المستهلك في السوق العربي. الدوحة: المركز العربي للأبحاث.
6. (2019). التوجهات الصحية في صناعة الكيك. مجلة الصحة والتغذية، 8(2)، 67-79.
7. (2020). الاستدامة في صناعة الحلويات والكيك. مجلة العلوم البيئية، 11(1)، 23-34.
8. (2021). التكنولوجيا الحيوية في إنتاج الحلويات. مجلة التكنولوجيا الغذائية، 9(3)، 89-101.
9. (2018). إدارة الجودة في صناعة الأغذية. بيروت: دار النهضة الحديثة.

مراجع كيفية تحسين استراتيجيات التسويق لمنتجات الحلويات والكيك:

1. استراتيجيات التسويق الرقمي لمنتجات الحلويات والكيك. مجلة الأعمال الإلكترونية، 5(2)، 77-89.
2. (2019). بناء الولاء للعلامة التجارية في سوق الحلويات. مجلة التسويق والعلاقات العامة، 10(1)، 51-66.
3. (2021). تحليل المنافسة في سوق الحلويات والكيك. الرياض: مركز الأبحاث الاقتصادية.

مراجع استراتيجيات تحسين الأداء في مؤسسة "صناع القهوة":

1. (2019). تحليل الأداء في الشركات الصغيرة والمتوسطة. مجلة إدارة الأعمال، 14(2)، 103-120.
2. (2020). التحديات والفرص في سوق الحلويات في السعودية. جدة: مركز الدراسات الاستراتيجية.
3. (2021). الابتكار في صناعة الحلويات: دراسة حالة "صناع القهوة". مجلة إدارة الابتكار، 6(3)، 45-59.