

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم الإدارة / تخصص ماجستير إدارة الأعمال



تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة : دراسة تطبيقية على شركة منازل البركة للتجارة في خطة التوسع.

إعداد الطلاب/

م. محمد بارودجي

م. ياسر باسمح

إشراف/

د. فايز علي جراد

د. الفیصل عبدالحمید محمد

العام الدراسي:

2024

فهرس المحتويات:

3	قائمة الجداول.....
4	المستخلص.....
5	الفصل الأول
6	المقدمة.....
7	مشكلة الدراسة.....
9	أهمية الدراسة (النظرية).....
11	أهمية الدراسة (العملية).....
14	أهداف الدراسة
15	تساؤلات الدراسة.....
18	فروض الدراسة.....
20	الفصل الثاني.....
21	المقدمة.....
22	الدراسات السابقة.....
24	الإطار النظري.....
26	الفصل الثالث.....
27	المقدمة.....
28	المنهجية وطرق البحث.....
30	حدود البحث.....
31	الفصل الرابع.....
32	المقدمة.....
33	تحليل البيانات.....
34	النتائج.....
35	التوصيات.....
36	المراجع.....

قائمة الجداول :

- 11.....التخطيط المالي (جدول رقم 1).....
- 11.....قيمة البضائع (جدول رقم 2).....
- 12.....قيمة الرصيد الائتماني (جدول رقم 3).....
- 12.....قيمة تكلفة تأسيس اضافة منتج جديد (جدول رقم 4).....
- 12.....قيمة التكلفة التشغيلية (جدول رقم 5).....
- 33.....تحليل البيانات (جدول رقم 6).....

يدرس الفصل الأول تأثير زيادة عدد الفروع وتنوع مجالات العمل على إيرادات الشركة، ويبين كيف يمكن لهذه الاستراتيجية أن تعزز نمو الإيرادات عبر توسيع الوصول إلى الأسواق، جذب عملاء جدد، وتحسين الكفاءة التشغيلية. ويشير إلى التحديات المحتملة مثل التعقيد التشغيلي، زيادة التكاليف، وتحديات الموارد البشرية. كما يناقش أهمية الدراسة من الناحية العلمية والعملية، مسلطاً الضوء على ضرورة التخطيط الاستراتيجي الدقيق لضمان نجاح التوسع وتحقيق العوائد المستدامة.

يتناول القسم الخاص بمشكلة الدراسة التحديات التي قد تواجهها الشركة عند التوسع، مثل التعقيدات التشغيلية، تكاليف التوسع، وتشبع السوق. أما أهمية الدراسة فتبرز الحاجة إلى اتخاذ قرارات مستنيرة بناءً على تحليل مالي دقيق، وتخطيط استراتيجي، وفهم عميق لاحتياجات السوق. الدراسة أيضاً تسلط الضوء على الأهمية العملية للتوسع من خلال تطبيقه على شركة "منازل البركة" بإضافة منتجات جديدة مثل قطع غيار "Honda"، وتقديم دراسة جدوى تشمل التكاليف والمخاطر المحتملة.

تتضمن الدراسة أهدافاً محددة تتعلق بزيادة الإيرادات، تحسين رضا العملاء، وضمان استدامة النمو. كما تستعرض مجموعة من التساؤلات المالية، التشغيلية، والسوقية التي تساعد في توجيه استراتيجية التوسع. في النهاية، تضع الدراسة مجموعة من الفروض التي تهدف إلى اختبار تأثير التوسع وتنوع المنتجات على أداء الشركة وإيراداتها.

الفصل الأول

المقدمة:

إن توسيع عدد الفروع وتنويع مجالات عملها يمكن أن يكون له تأثير كبير على إيرادات الشركة. يمكن لهذه الإستراتيجية أن تعزز الوصول إلى السوق، وإمكانية الوصول إلى العملاء، وعروض الخدمات، مما يؤدي إلى نمو محتمل في الإيرادات. ومن خلال زيادة عدد الفروع، يمكن للشركة الاستفادة من أسواق جغرافية جديدة، وجذب قاعدة عملاء أوسع، وتحسين رؤية العلامة التجارية. يتيح تنويع مجالات العمل للشركة تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما يلبي احتياجات العملاء وتفضيلاتهم المختلفة. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى خلق مصادر متعددة للدخل، وتقليل الاعتماد على قطاع واحد من السوق، وتعزيز القدرة على الصمود في مواجهة تقلبات السوق.

علاوة على ذلك، يمكن لشبكة أكبر من الفروع تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال وفورات الحجم، والإدارة المركزية، وسلاسل التوريد المبسطة. ويمكنه أيضا تعزيز العلاقات مع العملاء المحليين، وتقديم خدمات شخصية وبناء ولاء العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لتنويع مجالات العمل أن يدفع الابتكار، حيث تستكشف الشركة نماذج أعمال وتقنيات واتجاهات صناعية جديدة.

ومع ذلك، تتطلب استراتيجية التوسع هذه تخطيطا وتنفيذا دقيقا. وهو ينطوي على استثمارات كبيرة في البنية التحتية والموارد البشرية والتكنولوجية. يجب على الشركة أيضا التغلب على التحديات المحتملة مثل زيادة التعقيد التشغيلي والمنافسة في السوق والامتثال التنظيمي.

في الختام، فإن زيادة عدد الفروع ومجالات عملها يمكن أن يعزز إيرادات الشركة بشكل كبير من خلال توسيع تواجدها في السوق، وتعزيز مشاركة العملاء، وتنويع مصادر الدخل. وفي حين أنها تقدم فرصا للنمو، فإنها تتطلب أيضا التخطيط الاستراتيجي والإدارة الفعالة لتحقيق إمكاناتها الكاملة.

-مشكلة الدراسة-

في حين أن زيادة عدد الفروع وتنوع مجالات عملها يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على إيرادات الشركة، إلا أنه يمثل أيضا العديد من التحديات المحتملة ومنها:

1. التعقيد التشغيلي:

يمكن أن تؤثر المزيد من الفروع تحديات لإدارة الشركة وتشغيلها بحيث ان تكون اكثر تعقيدا من خلال الهياكل الإدارية مما يتطلب التواصل والتنسيق والإشراف الفعال. اضافة الى انه قد يكون الحفاظ على الجودة المتسقة في جميع الفروع أمرا صعبا مما قد يؤثر على سمعة الشركة.

2. زيادة التكاليف:

مع وجود النفقات التشغيلية المستمرة مثل الإيجار والمرافق والرواتب والصيانة، قد يتطلب التوسع تكاليف أولية كبيرة كإستثمار أولي للبنية التحتية، والتوظيف، والتكنولوجيا، والتسويق مما قد يضغط على الموارد المالية بشكل عام.

3. تشبع السوق:

قد يؤدي التوسع المفرط من خلال فتح عدد كبير جدا من الفروع بسرعة كبيرة إلى تشبع السوق، حيث يتجاوز العرض الطلب. أو إبعاد العملاء عن الفروع الحالية، بدلا من جذب عملاء جدد. وفي كل الأحوال فإنه سيقبل من الربحية.

4. تحديات الموارد البشرية:

من المحتمل أن العثور على موظفين ماهرين والاحتفاظ بهم للفروع الجديدة أمرا صعبا خاصة في أسواق العمل التنافسية. وتدريب الموظفين الجدد بشكل كاف للوفاء بمعايير الشركة يتطلب وقتا وموارد.

5. القضايا التنظيمية والامتثال:

يمكن أن يكون التنقل بين اللوائح والتصاريج ومتطلبات الامتثال المحلية المختلفة أمرا معقدا ويستغرق وقتا طويلا. مما قد يؤدي إلى عدم الالتزام بالقوانين واللوائح المحلية وفرض غرامات وإجراءات قانونية والإضرار بالسمعة.

6. مخاطر السوق:

تكمّن مخاطر السوق في الشق الاقتصادي أو الشق الثقافي، حيث قد تؤثر التقلبات الاقتصادية خلال فترات الركود الاقتصادي إلى ضغوط مالية وانخفاض الإنفاق الاستهلاكي. أما عن الاختلافات الثقافية فإنه قد يكون للأسواق الجديدة معايير ثقافية و سلوكيات استهلاكية مختلفة، مما يتطلب استراتيجيات تسويقية وتشغيلية مخصصة.

7. إدارة سلسلة التوريد:

يجب أن يؤخذ في الحسبان كل ما هو متعلق بسلاسل التوريد وإدارة المخزون حيث أنه من الممكن خلق تحديات لوجستية جديدة وزيادة تكاليف لتنسيق سلاسل التوريد عبر شبكة أكبر من الفروع، مع مراعاة منع الإفراط في التخزين أو نفاذ المخزون عبر مواقع متعددة والذي يعتبر أمرا معقدا نوعا ما.

8. التكامل التكنولوجي:

قد يكون دمج الفروع الجديدة في البنية التحتية الحالية لتكنولوجيا المعلومات للشركة أمرا صعبا، مما يتطلب الاستثمار في التكنولوجيا والأمن السيبراني. كما تتطلب إدارة كميات كبيرة من البيانات من فروع متعددة إمكانات قوية لإدارة البيانات وتحليلها.

9. خدمة العملاء:

إن توفير خدمة عملاء متسقة في جميع الفروع أمرا صعبا، حيث أن كل فرع يجب أن يكيف الخدمات لتلبية الاحتياجات والتفضيلات المحددة للعملاء المحليين من خلال المرونة ومعرفة السوق المحلي لتخفيف احتمالية تنوع تجارب العملاء. في الختام، في حين أن توسيع عدد الفروع وتنويع مجالات العمل يوفر فرصا لنمو الإيرادات، فإنه ينطوي أيضا على مجموعة من المشكلات المحتملة التي تحتاج إلى إدارتها بعناية لضمان نمو ناجح ومستدام.

-أهمية الدراسة.

الأهمية العلمية (النظرية)

إن دراسة تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة أمر بالغ الأهمية لعدة أسباب:

1. اتخاذ القرارات المستنيرة:

يعتبر التخطيط الإستراتيجي و إدارة المخاطر من العوامل المؤثرة في فهم التأثير المحتمل لصياغة خطط استراتيجية، تتوافق مع أهداف نمو الشركة وظروف السوق وتقييم المخاطر المحتملة المرتبطة بالتوسع و التي تسمح للشركة بتطوير استراتيجيات التخفيف وخطط الطوارئ.

2. التخطيط المالي:

من المهم تخصيص الميزانية ليتضمن التقييم دقه في الموارد و تجنب الإفراط في الإنفاق أو النقص في الإنفاق. ودراسة العائد على الاستثمار (ROI) ليساعد في تقييم المتوقع من الفروع الجديدة والمناطق المتنوعة في تحديد أولويات للاستثمارات التي تقدم أفضل العوائد المالية.

3. تحليل السوق:

دراسة طلب السوق تساعد في فهم طلب السوق وتفضيلات العملاء وتوجيه اختيار المواقع الأمثل للفروع الجديدة. في الجهة المقابلة فإن تحليل الجهة المنافسة و تقييم الأداء يساعد على وضع الشركة بشكل فعال في مواجهة المنافسين.

4. الكفاءة التشغيلية:

دراسة جودة الموارد ومقاييسها في تحسين الكفاءة في جميع الفروع، يساعد على إنشاء مقاييس الأداء للأفرع الجديدة في مراقبة فعاليتها وإجراء تحسينات تعتمد على البيانات.

5. رضا العملاء:

إن فهم كيفية تأثير التوسع على جودة الخدمة يضمن بقاء رضا العملاء مرتفعاً، مما يعزز الولاء وتكرار الأعمال. و تساعد دراسة التأثير في تصميم المنتجات والخدمات لتلبية الاحتياجات المحددة للأسواق المحلية، مما يعزز مشاركة العملاء.

6. النمو التنظيمي:

تساعد إدارة المواهب في تقييم التأثير على الموارد البشرية في التخطيط لاستراتيجيات التوظيف والتدريب والاحتفاظ لدعم العمليات الموسعة و يساعد التكامل الثقافي في إدارة الاختلافات الثقافية ودمج الفروع الجديدة في الثقافة والقيم العامة للشركة.

7. الامتثال التنظيمي:

يتضمن الاستعداد القانوني في تحليل تأثير الشركة إلى امتثال القوانين واللوائح المحلية، لتجنب المشكلات القانونية والغرامات

8. الاستدامة وقابلية التوسع:

- فهم الاستمرارية على المدى الطويل تضمن دراسة التأثير استدامة التوسع دون الإفراط في توسيع قدرات الشركة مما تساعد الشركة في تطوير نماذج أعمال والتي يمكن تكرارها بنجاح في مواقع مختلفة.

9. الابتكار والتكيف:

فهم تأثير اتجاهات السوق يسمح للشركة بالبقاء في صدارة السوق والابتكار استجابة لاحتياجات العملاء المتغيرة والتقدم التكنولوجي، و المرونة تعزز في التكيف مع الأسواق الجديدة والظروف الاقتصادية، مما يضمن بقاء الشركة قادرة على المنافسة.

10. ثقة أصحاب المصلحة:

علاقات المستثمرين في إظهار الفهم الشامل لتأثير التوسع يمكن أن يعزز الثقة ويجذب التمويل لمبادرات النمو. وفي الختام، فإن دراسة تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة أمر ضروري لاتخاذ قرارات مستنيرة، وتحسين الموارد، وضمان رضا العملاء، وتحقيق النمو المستدام. فهو يمكن الشركة من التغلب على تعقيدات التوسع بفعالية وتعظيم الفوائد مع تقليل المخاطر المحتملة.

الأهمية العملية

تم إتخاذ قرار توسع عدد أفرع شركة منازل البركة و إضافة قسم قطع غيار Honda أصلية إضافية على العلامات التجارية للشركة (GM & Ford) من خلال عدة نقاط علمية وعملية تساعد على اتخاذ قرار التوسع، أهمها:

1. اتخاذ القرارات المستنيرة (استراتيجية التوسع):

توافقا مع توجه الشركة للتوسع في مجال قطع غيار السيارات، تم فرض إقتراحات على إضافة عدة علامات و تم عمل مفاضلة بينها من خلال دراسة متطلبات السوق وتوفير الموردين للمنافسة،

1- توفر المورد المناسب بالأسعار المنافسة التي تستطيع الشركة من خلالها التميز في سوق العمل.

2 - دراسة طلب السوق على هذه المنتجات و نسبة المنافسة فيها مع الموردين الداخليين في سوق العمل.

2. التخطيط المالي:

بناء على دراسة احتياج السوق لقطع الغيار فقد تم تخصيص ميزانية مقدرة لفرع واحد وتتضمن التالي:

ديون العملاء	1,350,000
تكلفة المخزون	1,350,000
شؤون الموظفين	323,900
تكلفة تأسيس	185,500
رأس المال	3,209,400

جدول رقم (1)

1- قيمة البضاعة

تكلفة مخزون	
مقدم بضائع للموردين 25%	250,000
قيمة بضاعة المخزن	800,000
قيمة بضاعة في الطريق (بحر)	300,000
تكلفة مخزون	1,350,000

جدول رقم (2)

2- قيمة الرصيد الائتماني

الرصيد الائتماني	
45,000	ديون العملاء
30	عدد العملاء
1,350,000	إجمالي الديون

جدول رقم (3)

3- قيمة تكلفة تأسيس إضافة منتج جديد

مصاريف مشتركة لجميع المنتجات	
130,000	إيجار مستودع مساحة 600 م ²
12,000	كهرباء و هاتف و ماء
6500	رخصة بلدية
3,000	رخصة دفاع مدني
15,000	متوسط أضرار مخالفات
166,500	إجمالي مصاريف مشتركة لجميع المنتجات
55,500	يتحمل فرع الهوندا ثلث إجمالي المصاريف الشاملة
مصاريف خاصة للمنتج الجديد (هوندا)	
30,000	أرفف التخزين
100,000	مركبة
130,000	إجمالي مصاريف خاصة بفرع الهوندا
185,500	متوقع مصاريف فرع الهوندا

جدول رقم (4)

4- قيمة التكلفة التشغيلية

- شؤون الموظفين

إجمالي تكلفة الموظف سنويا	تأمين طبي	رسوم مكتب العمل والجوازات	تأمينات اجتماعية	بدل السكن	الراتب الأساسي	عدد الموظفين	
71,500	292	0	417	1,050	4,200	1	الموظفين السعوديين
150,700	208	863	208	1,000	4,000	2	الموظفين الإداريين - أجانب
101,700	83	863	167	625	2,500	2	العمال - أجانب

323,900	الإجمالي						

جدول رقم (5)

3. تحليل السوق:

يوجد في المنطقة الشرقية 60 محلا لقطع غيار سيارات هوندا. هناك مورد واحد فقط لقطع الغيار في هذه المنطقة، بينما تعتمد بقية المحلات على موردين من مناطق أخرى لضمان توفر جميع القطع. نظرا لأن المورد المحلي لا يلبي احتياجات كل المحلات، برزت فرصة للتوسع في السوق المحلي. من المتوقع أن يتعامل كل محل مع 2 إلى 3 موردين، حيث يمكن لكل مورد تلبية احتياجات حوالي 30 محلا.

4. الكفاءة التشغيلية:

سوق المنطقة الشرقية يتكون من ست مدن، تشمل الدمام، الخبر، القطيف، والهيوف. الخ.. نظرا لتباعد هذه المدن عن بعضها بمسافة تستغرق حوالي ساعتين بالسيارة، يصبح من الضروري توفير وسائل النقل المناسبة لضمان توصيل القطع إلى باقي المدن. وبالتالي سيتم وضع المستودع في منطقة الدمام لقرىها من الفرع الرئيسي والميناء للتوريد..

5. رضا العملاء:

من أهم النقاط التي يبحث عنها العميل هي توفير الأسعار المنافسة و صرف الفواتير بالأسجل.

بهذا سيكون العميل راضي جدا في التعامل و تضمن الشركة هذا العميل

6. النمو التنظيمي:

يتمحور التطور في مجال قطع الغيار، المتابعة المستمرة لأحدث موديلات السيارات الجديدة و معرفة الأعطال الفنية في كل إصدار جديد للمركبات .

7. الامتثال التنظيمي:

توفير موظف مختص يتابع التحديثات المتمثلة في اللوائح الحكومية لتجنب المشكلات القانونية والغرامات، يشمل فيها السجلات التجارية والتراخيص البلدية والدفاع المدني و عقود الموظفين و جميع ما يخص الشؤون الإدارية القانونية.

8. الاستدامة وقابلية التوسع:

تنظر الشركة في رؤيتها للتوسع في مجال قطع الغيار في توفير علامة تجارية خاصة في قسم التجاري (. after market

-أهداف الدراسة.

تمت الدراسة بناء على رغبة الشركة في زيادة الإيرادات و توسعة فروع ومجالات الشركة ضمن نطاق قطع الغيار فعلمها تم عمل دراسة جدوى مبسطة ل رأس المال المقترح توفيره و عمل جدول تخطيط إستراتيجي لطريقة توريد منتج جديد في مجال قطع الغيار و دراسة المخاطر المترتبة على إستيراد منتج جديد، و التي ستؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على الكفاءة التشغيلية من حيث الموظفين والميزانية المترتبة في توفير الخدمات التجارية.

و تشمل الدراسة البحث في تطوير أداء الشركة من رضا العملاء و إمكانية فتح فروع أخرى للتوسع .

-تساؤلات الدراسة

أ - التساؤلات المالية:

- ما هي الزيادات المتوقعة في الإيرادات من الفروع الجديدة ومجالات العمل المتنوعة؟
- في دراسة الجدوى التطبيقية تبين لنا أنه يمكن للشركة زيادة إيراداتها بنسبة 6 - 7 % من رأس المال المقترح
- كيف يمكن مقارنة هذه التوقعات ببيانات الإيرادات التاريخية؟
- في السنوات السابقة كانت الشركة متخصصة فقط في إستيراد قطع سيارات فورد - و عند إضافة منتج AcDelco رفعت الشركة إيراداتها بنسبة 10 - 12 % لأن حجم السوق أكبر و رأس المال المدفوع يتناسب مع الإيرادات
- ما هي التكاليف الأولية والمستمرة المرتبطة بفتح فروع جديدة (مثل الإيجار والرواتب والمرافق)؟
- في دراسة الجدوى تم اقتراح مبلغ 323,900 ريال مقدار التكاليف السنوية
- ما هي التكاليف التي ينطوي عليها تنوع مجالات العمل (مثل التدريب والمعدات الجديدة والتسويق)؟
- في نطاق التدريب الموظفين فالشركة لديها كادر للتدريب فلا يوجد مصاريف إضافية, بالنسبة للمعدات الجديدة فتم تخصيص مبلغ 130,000 ريال لتغطية هذه المصاريف.
- ما هو عائد الاستثمار المتوقع من الفروع الجديدة والخدمات المتنوعة؟
- عائد الاستثمار الصافي بنسبة 6 - 7 %
- كم من الوقت سيستغرق تحقيق التعادل في هذه الاستثمارات؟
- يستغرق تحقيق التعادل سنة ونصف في أسوأ أحوال السوق و سنة في نهضتها .

ب - التساؤلات التشغيلية:

- ما هي الموارد (المالية، والبشرية، والتكنولوجية) المطلوبة لدعم التوسع؟
- من الناحية المالية توفير رأس المال و الصلاحيات في إصدار طلبات الشراء هي من أهم النقاط المطلوبة.
- كيف سيتم تخصيص هذه الموارد بكفاءة عبر الفروع الجديدة والحالية؟
- تم فرض عدد من الموظفين الذين سيتم تدريبهم ويعتبروا هم أساس هيكل الشركة

- كيف تضمن الشركة جودة الخدمة المتسقة في جميع فروعها؟
- من هذه الناحية ما زالت الدراسة في إضافة منتج جديد على فرع واحد و يتطلب رأس مال و مقترح أخرى لتطبيق هذا التوسع على الأفرع الأخرى
- ما هي التدابير التي سيتم اتخاذها لمراقبة معايير الجودة والحفاظ عليها؟
- حيث إن المنتج سيكون مستورد، ولن تتم عليه عملية تطوير، ف رضا العملاء و متابعة المخزون هي من أهم النقاط التي تتمحور حول نجاح هذا التوسع
- كيف سيتم إدارة سلسلة التوريد لدعم العدد المتزايد من الفروع؟
- توفير كادر لتلبية إحتياجات العملاء وتدريبهم في توصيل المنتج لجميع العملاء هو تخصص قسم التطوير الخاص بالشركة
- ما هي التحديات اللوجستية التي قد تنشأ وكيف يمكن التخفيف منها؟
- في حال ان طلبات العملاء كثرت يضطر المندوب توصيل الطلبات لأكثر من 3 مرات فيجب إضافة مركبة و مندوب توصيل اخر لتخطي هذه الصعوبة حيث أنها تشكل نسبة كبيرة من رضا العملاء

ج - التساؤلات في سوق العمل:

- كيف تختلف تفضيلات العملاء عبر المناطق المختلفة، وكيف ستقوم الشركة بتكييف عروضها وفقاً لذلك؟
- سيتم التواصل مع العملاء و ارسال عروض اسعار و جدولة زيارة شهرية للمناطق البعيدة.
- من هم المنافسون الرئيسيون في الأسواق الجديدة، وما هي نقاط القوة والضعف لديهم؟
- في المنطقة الشرقية، يوجد منافس واحد فقط يتمتع بشعبية قوية في السوق و يوفر عدد كبير من الأصناف الأصلية و التجارية
- كيف يمكن للشركة أن تميز نفسها عن هؤلاء المنافسين؟
- توفير مجموعة أكبر من قطع الغيار و توصيلها للمحلات بأسرع وقت ممكن
- ما هي المعايير التي سيتم استخدامها لاختيار مواقع الفروع الجديدة؟
- قربها من سوق قطع الغيار و قربها من ميناء الاستيراد

د - التساؤلات الاستراتيجية:

- كيف يتماشى التوسع مع الأهداف الإستراتيجية العامة للشركة ورؤيتها طويلة المدى؟

بهذه الخطوة، الشركة توسع نطاقها في توفير قطع الغيار و تتيح لها الفرصة في استقطاب عملاء أكثر وإمكانية إدراج أصناف أكثر لها

- ما هي المخاطر المحتملة المرتبطة بالتوسع (على سبيل المثال، المالية والتشغيلية والتسويقية)؟
- الكادر التشغيلي - التسويق - هو من أكثر المخاطر التي سوف تواجهها الشركة من حيث جذب العملاء من المنافسين و تقديم خدمات لهم
- هل هناك أي تحديات قانونية محتملة قد تنشأ عن التوسع؟
- بالطبع، ف التوسع في المبيعات يندرج عنها زيادة في التحديات القانونية مثل الزكاة و ضريبة الدخل و المراجعات القانونية .

هـ - التساؤلات في الأداء والمراقبة:

- كيف سيتم تتبع هذه المقاييس والإبلاغ عنها؟
- الزيارات الميدانية للعملاء من قبل إدارة المنشأة، ستوضح لهم طرق التطوير و عمل دراسة حول الوضع الحالي للمنشأة
- ما هي آليات التغذية الراجعة التي سيتم وضعها لجمع الأفكار من العملاء والموظفين
- مراجعة المخزون و طلبات العملاء المستمرة، هي من طرق تغذية الفرع بالبضائع و النواقص.

و - تساؤلات في الموارد البشرية:

- كيف سيتم تطوير وتنفيذ برامج التدريب لضمان إعداد الموظفين بشكل جيد؟
- شركة عبدالله هاشم، تقوم بدورات تدريبية خاصة لمتابعة تطورات الشركة والتي سيتم تدريب الموظفين من خلالها للتأكد من جودة الخدمة المقدمة.

من خلال معالجة هذه التساؤلات يمكن للشركة تطوير فهم شامل للتأثيرات المحتملة لإضافة منتج جديد (هوندا) في تجارتهم. ويضمن هذا النهج الشامل أن تكون استراتيجية التوسع مستنيرة ومدارة بشكل فعال متوافقة مع أهداف الشركة طويلة المدى.

-فروض الدراسة

بناء على الأهداف والتساؤلات الواردة في الدراسة، يمكن صياغة فروض الدراسة على النحو التالي:

1. فرضيات مالية:

- الفرضية 1: من المتوقع أن يؤدي فتح الفروع الجديدة وتنوع مجالات العمل إلى زيادة إيرادات الشركة بنسبة تتراوح بين 6-7% من رأس المال المقترح.
- الفرضية 2: عند مقارنة الزيادات المتوقعة في الإيرادات ببيانات الإيرادات التاريخية، سيظهر أن التنوع في المنتجات، مثل إضافة منتج AcDelco سابقا، يؤدي إلى زيادات ملحوظة في الإيرادات بنسبة 10-12%.
- الفرضية 3: التكاليف الأولية والمستمرة المرتبطة بفتح علامة تجارية جديدة في مجالات العمل سيتم تغطيتها من خلال الإيرادات الناتجة عن إضافة العلامة التجارية.
- الفرضية 4: عائد الاستثمار الخدمات المتنوعة سيكون إيجابيا، ويتحقق التعادل في فترة تتراوح بين سنة إلى سنة ونصف.

2. فرضيات تشغيلية:

- الفرضية 5: الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية اللازمة لدعم التوسع ستكون متوفرة وتدار بكفاءة لضمان نجاح الفروع الجديدة.
- الفرضية 6: ستضمن الشركة جودة الخدمة المتسقة في جميع فروعها من خلال وضع تدابير فعالة لمراقبة معايير الجودة والحفاظ عليها.
- الفرضية 7: سيتم إدارة سلسلة التوريد بكفاءة لدعم العدد المتزايد من الفروع، مع التخفيف من التحديات اللوجستية المحتملة.

3. فرضيات سوق العمل:

- الفرضية 8: تفاوت تفضيلات العملاء عبر المناطق المختلفة، وستقوم الشركة بتكييف عروضها وفقا لهذه التفضيلات لتحقيق رضا العملاء.
- الفرضية 9: ستتمكن الشركة من تمييز نفسها عن المنافسين في الأسواق الجديدة من خلال توفير مجموعة أكبر من قطع الغيار وتوصيلها بأسرع وقت ممكن.
- الفرضية 10: سيتم اختيار مواقع الفروع الجديدة بناء على قربها من سوق قطع الغيار والميناء، مما سيزيد من فرص نجاح الفروع.

4. فرضيات استراتيجية:

- الفرضية 11: يتماشى التوسع مع الأهداف الإستراتيجية العامة للشركة ورؤيتها طويلة المدى، مما يعزز مكانتها في السوق.
- الفرضية 12: ستواجه الشركة تحديات ومخاطر مالية وتشغيلية وتسويقية مرتبطة بالتوسع، لكن هذه المخاطر ستكون قابلة للإدارة.

○ الفرضية 13: سيتم التعامل مع التحديات القانونية المحتملة الناشئة عن التوسع بطريقة تتماشى مع المتطلبات القانونية والتنظيمية.

5. فرضيات الأداء والمراقبة:

○ الفرضية 14: سيتم تتبع مقاييس الأداء والإبلاغ عنها بفعالية لضمان تحقيق أهداف التوسع.

○ الفرضية 15: ستتمكن الشركة من جمع التغذية الراجعة من العملاء والموظفين بشكل منتظم لتحسين الأداء وتطوير الخدمات.

6. فرضيات الموارد البشرية:

○ الفرضية 16: سيتم تطوير وتنفيذ برامج تدريب فعالة لضمان إعداد الموظفين بشكل جيد لدعم التوسع وتحقيق جودة الخدمة المطلوبة.

هذه الفرضيات تمثل الافتراضات الرئيسية التي يمكن اختبارها خلال الدراسة للتحقق من تأثير التوسع وإضافة منتجات جديدة على أداء الشركة وإيراداتها.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

-مقدمة

عند دراسة تأثير زيادة عدد الفروع وتوسيع مجالات العمل على إيرادات الشركات، توفر الدراسات الأكاديمية المختلفة رؤى قيمة تعزز فهمنا لهذا الموضوع المعقد. فيما يلي استعراض للعديد من الدراسات البارزة التي تناولت هذا الموضوع، حيث تنوعت في محاورها بين التوسع والأداء المالي، التنوع وتدفقات الإيرادات، الإدارة الإستراتيجية والكفاءة التشغيلية، تحليل السوق وتأثير العملاء، بالإضافة إلى دراسات الحالة العملية التي تقدم أمثلة حية على تطبيق استراتيجيات التوسع والتنوع.

-الدراسات السابقة

أ- التوسع والأداء المالي

1. التوسع في قطاع التجزئة:

(Hernant, M., & Rosengren, S. (2017). - التفاعل بين ظروف السوق المحلية واستراتيجية استغلال تنسيق البيع بالتجزئة. مجلة أبحاث الأعمال، 78، 6-13.

- تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير ظروف السوق المحلية على نجاح استراتيجيات استغلال تنسيق البيع بالتجزئة، بما في ذلك توسيع الفروع.

2. توسيع صناعة الخدمات:

- ت. بيتس (1997). تمويل إنشاء الأعمال التجارية الصغيرة: حالة رواد الأعمال المهاجرين الصينيين والكوريين. مجلة مشاريع الأعمال، 12(2)، 109-124.

- يستكشف هذا البحث تأثير التوسع الجغرافي والخدمات على إيرادات الأعمال الصغيرة، خاصة بين رواد الأعمال المهاجرين.

ب- التنوع و تدفقات الإيرادات:

3. تنوع الشركات:

- لي، د، ويوي، هـ (2008). تطوير السوق وتنوع الشركات. مجلة أبحاث الأعمال، 61(6)، 585-592.

- تحلل هذه الدراسة تأثير التنوع في أسواق ومنتجات جديدة على الأداء المالي للشركات.

4. أداء سلسلة البيع بالتجزئة:

(Sorescu, A., Frambach, R. T., Singh, J., Rangaswamy, A., & Bridges, C. (2011). - الابتكارات في نماذج أعمال البيع بالتجزئة. مجلة البيع بالتجزئة، 87، S1653-S.

- يبحث هذا البحث في كيفية تأثير الابتكارات في نماذج أعمال البيع بالتجزئة، بما في ذلك التنوع والتوسع، على الأداء العام.

ج- الإدارة الإستراتيجية والكفاءة التشغيلية:

5. التآزر التشغيلي:

- داتا، د.ك.، راجاجوبالان، ن.، ورشيد، أ.أ. (1991). التنوع والأداء: المراجعة النقدية والاتجاهات المستقبلية. مجلة الدراسات الإدارية، 28(5)، 529-558.

-تقدم هذه الدراسة مراجعة نقدية للعلاقة بين استراتيجيات التنوع وأداء الشركات، مع تسليط الضوء على العوامل الرئيسية التي تؤثر على النجاح.

د- تحليل السوق وتأثير العملاء:

6. التنوع الجغرافي وتنوع الخدمات:

- ميلر، دي جي (2006). التنوع التكنولوجي، والتنوع ذو الصلة، والأداء الثابت. مجلة الإدارة الإستراتيجية، 27(7)، 601-619.

-يبحث هذا البحث في كيفية تأثير التنوع التكنولوجي والتنوع ذي الصلة على أداء الشركة، ويقدم نظرة ثاقبة حول فوائد التوسع في مجالات عمل جديدة.

7. رضا العملاء وتوسيع الفروع:

(Homburg, C., Müller, M., & Klarmann, M. (2011). متى يجب أن يكون العميل ملكا حقا؟ على المستوى الأمثل لتوجيه مندوبي المبيعات إلى العملاء في لقاءات المبيعات. مجلة التسويق، 75(2)، 55-74. -تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير توجه العملاء وجودة الخدمة على الرضا والإيرادات في سياق توسيع الفروع.

ه- دراسات حالة ورؤى عملية:

8. دراسة حالة عن ستاربكس:

(Moon, Y., & Quelch, J. (2003). ستاربكس: تقديم خدمة العملاء. قضية كلية إدارة الأعمال بجامعة هارفارد 504-016*.

-توفر دراسة الحالة هذه نظرة ثاقبة حول كيفية تأثير استراتيجية توسع ستاربكس، بما في ذلك فتح فروع جديدة وتعزيز عروض الخدمات، على إيراداتها ورضا العملاء.

9. الامتيازات والمنافذ المملوكة للشركة:

(Dant, R. P., & Kaufmann, P. J. (2003). الديناميكيات الهيكلية والاستراتيجية في الامتياز. مجلة البيع بالتجزئة، 27(2)، 63-75.

- يستكشف هذا البحث الاختلافات في الأداء بين منافذ الامتياز والمملوكة للشركة، ويقدم دروسا لاستراتيجيات التوسع.

-الإطار النظري

إن دراسة تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة تعتمد على عدة مبادئ نظرية من الإدارة الإستراتيجية والاقتصاد والنظرية التنظيمية. تساعد هذه المبادئ في صياغة التحليل وتقديم رؤى حول كيفية تأثير استراتيجيات التوسع على الأداء المالي. فيما يلي بعض المبادئ النظرية الأساسية ذات الصلة بهذا الموضوع:

1. العرض المعتمد على الموارد (RDV)

تؤكد الرؤية القائمة على الموارد (RBV) للشركة على أن الموارد والقدرات الفريدة للشركة هي مصادر للميزة التنافسية ويمكن أن تؤدي إلى نمو الإيرادات. عند تطبيقه على توسيع الفروع والتنوع:

- الكفاءات الأساسية: تمثل الفروع ومجالات العمل المتنوعة موارد ملموسة يمكن أن تعزز الوضع التنافسي للشركة.
- الأصول الإستراتيجية: يمكن اعتبار كل موقع فرعي ومنطقة خدمة متنوعة بمثابة أصل إستراتيجي يساهم في تحقيق الإيرادات الإجمالية.

-إطار عمل Barney's VRIO*: يجب أن تكون الموارد والقدرات (مثل الفروع الجديدة وعروض الخدمات الموسعة) ذات قيمة و نادرة وفريدة ومنظمة للحفاظ على الميزة التنافسية ودفع نمو الإيرادات.

2. اقتصاديات تكلفة المعاملات:

يركز اقتصاديات تكلفة المعاملات (TCE) على التكاليف المرتبطة بتنظيم النشاط الاقتصادي وإدارة العلاقات داخل الشركة وخارجها. عند توسيع الفروع ومجالات العمل. تشير إدارة عمليات الطوارئ والتعاون إلى أن توسيع الفروع قد يقلل من تكاليف المعاملات المرتبطة بمعاملات السوق من خلال استيعاب العمليات. كما يمكن أن تؤدي زيادة عدد الفروع إلى وفورات الحجم في العمليات والمشتريات والتسويق، مما قد يؤدي إلى خفض تكاليف كل وحدة وزيادة هوامش الإيرادات.

3. النظرية المؤسسية:

تدرس النظرية المؤسسية كيفية توافق المنظمات مع القواعد والأعراف والتوقعات الخارجية في قراراتها وعملياتها الإستراتيجية. عند النظر في توسيع الفروع يمكن أن يؤدي فتح فروع جديدة إلى تعزيز الشرعية التنظيمية والقبول في الأسواق الجديدة، مما قد يؤدي إلى زيادة الإيرادات. كما قد تحاكي الشركات المنافسين الناجحين من خلال التوسع في أسواق مماثلة أو تقديم خدمات مماثلة، بناء على الشرعية المتصورة وتوقعات السوق.

4. التناسب الاستراتيجي:

تؤكد نظرية التوافق الاستراتيجي على مواءمة القدرات والموارد الداخلية مع الفرص والتهديدات الخارجية. في سياق توسيع الفرع يسعى التوسع إلى مواقع جغرافية جديدة أو مناطق خدمة للاستفادة من طلب السوق واحتياجات العملاء كنوع من ملائمة السوق، وبالتالي تعزيز فرص الإيرادات. ومن أجل تحقيق الملائمة التشغيلية فإن ضمان تكامل الفروع الجديدة بسلسلة مع العمليات والممارسات الإدارية الحالية يمكن أن يؤدي إلى تحسين الكفاءة والربحية.

5. نظرية أصحاب المصالح:

تفترض نظرية أصحاب المصلحة أن المنظمات يجب أن تأخذ في الاعتبار مصالح واحتياجات جميع أصحاب المصلحة، وليس فقط المساهمين، عند اتخاذ القرارات الاستراتيجية. في توسعة الفرع يمكن أن تؤدي تلبية احتياجات العملاء من خلال عروض الخدمات الموسعة ومواقع الفروع التي يمكن الوصول إليها إلى تعزيز رضا العملاء وولائهم، وبالتالي زيادة الإيرادات. وبالتالي فإن الموظفين يمكن أن يؤدي توفير فرص النمو الوظيفي والأمن الوظيفي من خلال توسيع الفروع إلى تحسين تحفيز الموظفين ونتاجيتهم، مما يؤثر بشكل غير مباشر على توليد الإيرادات.

6. قدرات ديناميكية:

تركز نظرية القدرات الديناميكية على قدرة الشركة على التكيف والاستجابة لظروف السوق والفرص المتغيرة. يمكن للشركات التي تتمتع بقدرات ديناميكية قوية إدارة تعقيدات توسيع الفروع بشكل فعال، وتكييف الاستراتيجيات لتحقيق أقصى قدر من نمو الإيرادات. كما يمكن أن يؤدي التعلم المستمر والتكيف بناءً على التعليقات الواردة من الفروع الجديدة وظروف السوق إلى تحسينات متكررة في استراتيجيات توليد الإيرادات.

توفر هذه المبادئ النظرية إطاراً لفهم كيفية تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة. ومن خلال تطبيق هذه المبادئ، يمكن للمؤسسات تطوير أساليب أكثر استراتيجية مستنيرة للتوسع تتوافق مع أهداف النمو طويلة المدى وتعزز الميزة التنافسية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

-مقدمة-

في عالم الأعمال المتنامي والمتغير بسرعة، يمثل توسيع الفروع واستكشاف مجالات جديدة للعمل استراتيجيات حيوية لتحقيق النمو وزيادة الإيرادات. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير زيادة عدد الفروع وتنوع مجالات العمل على إيرادات الشركة. باستخدام منهجية منظمة وطرق بحث متنوعة، يتم جمع البيانات وتحليلها لاستخلاص استنتاجات موثوقة تساهم في تعزيز القرارات الاستراتيجية للشركة. سنتناول في هذا التقرير الجوانب الرئيسية للمنهجية المتبعة وطرق البحث المستخدمة، من جمع البيانات وتحليلها، إلى التقييم المالي والتشغيلي، وصولاً إلى الاستنتاجات والتوصيات النهائية التي يمكن أن تساهم في تحسين أداء الشركة وتحقيق أهدافها المالية والاستراتيجية.

-المنهجية وطرق البحث-

تتضمن دراسة تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة منهجية منظمة وطرق بحث لجمع البيانات ذات الصلة، وتحليل التأثيرات، واستخلاص استنتاجات ذات معنى. وفيما يلي الجوانب الرئيسية للمنهجية وطرق البحث المستخدمة عادة في مثل هذه الدراسات:

أ. المنهجية :-

على الباحث إجراء دراسات طولية لتتبع التغيرات في الإيرادات قبل وبعد توسيع الفرع. و منها تحليل إيرادات هذه الأفرع التي توسعت مقارنة في الأفرع التي لم يتم عليها التوسع، لإعطاء فحص متعمق يعبر عن مسار الشركة لفهم التأثيرات المتنوعة لتوسيع الفروع.

1. جمع البيانات:

امثال نوعان في جمع البيانات - بيانات كمية، تتمحور حول أرقام الإيرادات والتكاليف والتقارير المالية. و بيانات نوعية تتمحور حول جمع الرؤى من خلال المقابلات الاستطلاعات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين مثل العملاء والموظفين والمديرين.

2. المتغيرات والمقاييس:

من المهم دراسة التغيرات الإقتصادية و المواقع الجغرافية من حيث العوامل المؤثرة في البيئة التنافسية وجهود التسويق التي يمكن أن تؤثر على الإيرادات.

ب. طرق البحث :-

1. التحليل المالي:

فحص بيانات الدخل والميزانية العمومية وبيانات التدفق النقدي لتقييم اتجاهات الإيرادات والربحية قبل وبعد توسيع الفرع و حساب النسب المالية (مثل العائد على الاستثمار و هوامش الربح) لقياس تأثير توسيع الفروع على الأداء المالي.

2. تحليل السوق:

من المهم إجراء استبيانات مع العملاء لفهم تفضيلاتهم لمواقع الفروع ومستويات الرضا وسلوك الإنفاق بعد التوسع. و هذا يساعد في تحليل أداء المنافسين في الأسواق المماثلة لقياس نمو الإيرادات والتغيرات في حصة السوق.

3. التحليل التشغيلي:

تقييم المقاييس التشغيلية مثل معدلات استخدام الفروع وكفاءة التوظيف والتكلفة لكل معاملة لتقييم التأثير التشغيلي للتوسع. و تقييم كفاءة سلسلة التوريد والتكاليف اللوجستية المرتبطة بدعم الفروع الجديدة.

4. البحث النوعي:

جمع رؤى من أصحاب المصلحة الرئيسيين (مثل العملاء والموظفين والمديرين) حول تصوراتهم حول تأثير توسيع الفرع على جودة الخدمة وتجربة العملاء والإيرادات الإجمالية. وإجراء دراسات حالة متعمقة لفرع أو مناطق محددة لفهم العوامل السياقية التي تؤثر على نتائج الإيرادات.

5. التحليل الإحصائي:

وضع نماذج كمية للعلاقة بين متغيرات توسع الفرع ونتائج الإيرادات مع التحكم في العوامل الأخرى.

6. تقييم المخاطر:

تحديد المخاطر المحتملة المرتبطة بتوسيع الفروع (على سبيل المثال، تشبع السوق، وعدم الكفاءة التشغيلية) وتقييم تأثيرها على توليد الإيرادات. ووضع نماذج لسيناريوهات مختلفة (أفضل الحالات وأسوأ الحالات) لفهم نتائج الإيرادات المحتملة في ظل ظروف مختلفة.

ج . الاعتبارات الأخلاقية:-

1- السرية:

ضمان التعامل مع البيانات المالية والتشغيلية الحساسة بشكل آمن وسري.

2- الموافقة المستنيرة:

الحصول على موافقة المشاركين في البحث النوعي (مثل المقابلات والاستطلاعات) وضمان الشفافية بشأن أهداف الدراسة.

3- سلامة البيانات:

الحفاظ على دقة وموثوقية البيانات التي تم جمعها خلال عملية البحث.

د. التقارير والتفسير:-

1- تصور البيانات:

تقديم النتائج من خلال المخططات والرسوم البيانية والجداول لتسهيل فهم اتجاهات وأنماط الإيرادات.

2- التفسير:

استخلاص استنتاجات بناء على الأدلة التجريبية والأطر النظرية، ومناقشة الآثار المترتبة على عملية صنع القرار الاستراتيجي.

3- التوصيات:

تقديم توصيات قابلة للتنفيذ لتحسين استراتيجيات توسيع الفرع بناء على نتائج البحث.

-حدود البحث-

تمت الدراسة بناء على مطلب مشروع التخرج في جامعة ميداوشن، في عام 2024 تم البدء في دراسة تأثير إضافة علامة تجارية لمجموعة الشركة وتأثيرها على الإيرادات في المنطقة الشرقية قسم - الهوندا -

تتمحور الدراسة حول السوق السعودي، الخاص في المنطقة الشرقية لقطع غيار السيارات فقط، علما ان شركة هوندا، لديها عدة منتجات اخرى مثل الدراجات النارية و القوارب و مولدات الكهرباء. في نطاق قطع الغيار تمت الدراسة حول القطع الاستهلاكية مثل قطع المكيينة و العضلات و التبريد و بعض قطع الهيكل مثل الصدام.

الحدود البشرية:

- الدراسة تركز على تطوير العاملين في شركة "منازل البركة" والشركاء التجاريين الذين يتعاملون مع الشركة في عمليات التوسع وتنوع المجالات. تشمل أيضا العملاء الجدد المستهدفين

الحدود المكانية:

- تقتصر الدراسة على المنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على المناطق التي يتم توزيع البضائع وخدمة المحلات التجارية .

الحدود الزمنية:

- تغطي الدراسة الفترة الزمنية من بداية تخطيط التوسع (2022) وحتى (2024) لتحليل التأثيرات على الإيرادات والتحديات التي واجهتها الشركة.

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

-مقدمة-

في ظل النمو المتسارع والتطورات المستمرة في السوق السعودي، يعد تحليل البيانات والمعلومات المالية أداة حيوية لفهم مدى نجاح واستدامة الأعمال التجارية. بناءً على البيانات المالية المحللة، يتضح أن العائد من الإيرادات سيكون بنسبة 20% من قيمة رأس المال في السنة الأولى، مع توقعات بزيادة هذه النسبة في السنوات التالية. يعكس هذا الأداء القوي، إلى جانب المبيعات الشهرية والسنوية الملموسة، القوة الشرائية الكبيرة للسوق وقدرته على دعم نمو الأعمال. كما أن السوق يشهد فرصاً واعدة، خاصة في مجال قطع غيار السيارات، رغم المنافسة الشديدة. من ناحية أخرى، تقدم التوصيات فرصة استراتيجية لتوسيع نطاق العلامة التجارية، مع التركيز على قطاع الدراجات النارية الذي يشهد نمواً ملحوظاً في المنطقة.

-تحليل البيانات

بناء على ملخص تحليل البيانات أدناه، يتبين لنا أن عائد الإيرادات سيكون بنسبة 20% من قيمة رأس المال في السنة الأولى، والتي يندرج عليها تطور وارتفاع في هذه النسبة في السنوات القادمة.

650,000	مبيعات شهرية بقيمة
7,800,000	مبيعات سنوية بقيمة
1,170,000	متوسط ربح 15%
509,400	مصاريف سنوية
660,600	الإيرادات
20.58%	نسبة الإيرادات

جدول رقم (6)

من الضروري إدراك أن السوق السعودي يشبه محيطا واسعا، حيث يمكن لأكبر الشركات أن تنمو وتزدهر فيه. وهذا يعني للمستثمر أنه على الرغم من تعدد الموردين وزيادة المنافسة، لا تزال هناك فرص واعدة للتجارة في السوق السعودي. هذا يعكس قوة السوق وقدرته الشرائية الكبيرة، خصوصا في مجال قطع غيار السيارات.

كما أنه من الجدير بالذكر أن تحقيق عائد بنسبة 20% من رأس المال في البداية يعد أمرا جيدا، ومع تطور الخدمات وتنوع العلامات التجارية، تصبح هذه النسبة ممتازة، خاصة وأن النشاط التجاري لا يشمل التصنيع. هذا يعني المستثمر من عبء إدارة جودة المنتج أو تحسين أدائه، حيث يقتصر النشاط على التجارة بشراء وبيع منتج تمتلكه شركة قابضة، والذي يصنع لأفضل المركبات المنتشرة عالميا.

-التوصيات

من أبرز التوصيات التي ينبغي إعادة النظر فيها بالنسبة للعلامة التجارية هوندا هي إضافة قسم خاص بالدراجات النارية. ذلك لأن السوق السعودي يشهد حالياً نموا ملحوظا في عدد شركات توصيل الطلبات مثل كريم ونيانجا وغيرها. هذه الشركات تعتمد بشكل أساسي على الدراجات النارية في عمليات التوصيل، مما يتيح لهوندا فرصة سانحة لتوسيع مجالها. يمكن للشركة أن تستفيد من هذا الاتجاه من خلال تطوير منتجاتها لتشمل قطع غيار استهلاكية للدراجات النارية وتوفير خدمات صيانة متخصصة لها.

المراجع

لقد كانت دراسة تأثير زيادة عدد الفروع ومجالات عملها على إيرادات الشركة موضوعا للعديد من الدراسات البحثية والمنشورات في مختلف الصناعات. وإليك بعض المراجع والمصادر التي تقدم نظرة ثاقبة حول هذا الموضوع:

أ. صناعات البيع بالتجزئة والخدمات:

(Hernant, M., & Rosengren, S. (2017). - التفاعل بين ظروف السوق المحلية واستراتيجية استغلال تنسيق البيع بالتجزئة. مجلة أبحاث الأعمال، 78، 6-13.

- تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير ظروف السوق المحلية على نجاح استراتيجيات التوسع في تنسيق البيع بالتجزئة، بما في ذلك فتح فروع جديدة.

- توماس، جي إس، وكوهلي، سي إس (2009). إعادة النظر في تنسيقات البيع بالتجزئة النقية مقابل الهجينة: زيادة رضا العملاء والأداء المالي. مجلة البيع بالتجزئة، 85(3)، 193-205.

- يستكشف تأثير تنسيقات البيع بالتجزئة المختلفة، بما في ذلك توسيع الفروع، على رضا العملاء والأداء المالي.

ب. سلاسل الامتياز والبيع بالتجزئة:

- دانت، ر. ب.، وكوفمان، ب. ج. (2003). الديناميكيات الهيكلية والاستراتيجية في الامتياز. مجلة البيع بالتجزئة، 79(2)، 63-75.

- يناقش الديناميكيات الهيكلية ونتائج الأداء في منافذ البيع بالتجزئة ذات الامتياز مقابل منافذ البيع بالتجزئة المملوكة للشركة، ذات الصلة بفهم تأثيرات توسيع الفرع.

- غيموات، ب.، وكينيدي، آر إي (2000). الميزة التنافسية ومفارقة سلسلة المتاجر. قضية كلية هارفارد للأعمال. دراسة حالة حول كيفية تأثير استراتيجيات توسيع سلسلة المتاجر على الميزة التنافسية ونمو الإيرادات.

ج. توسيع الأعمال العامة والاستراتيجية:

- بارني، جي بي (1991). الموارد الثابتة والميزة التنافسية المستدامة. مجلة الإدارة، 17(1)، 99-120.

- يوفر رؤى أساسية من منظور العرض القائم على الموارد (RBV) حول كيفية مساهمة الموارد الداخلية، بما في ذلك شبكات الفروع، في الميزة التنافسية ونمو الإيرادات.

- باليتش، إل إي، كاردينال إل بي، وميلر، سي سي (2000). الانحناء في الارتباط بين التنوع والأداء: فحص لأكثر من ثلاثة عقود من البحث. مجلة الإدارة الإستراتيجية، 21(2)، 155-174.

- التحليل التلوي الذي يدرس العلاقة بين استراتيجيات التنوع، بما في ذلك التنوع الجغرافي وتنوع الخدمات، وأداء الشركة.

د. التحول الرقمي والتوسع:

- لي، ل.، ومون، ج. (2021). التحول الرقمي وتوسيع الأعمال: دراسات حالة لشركات التكنولوجيا الرائدة. مجلة أبحاث الأعمال، 123، 243-256.

- يستكشف كيف يدعم التحول الرقمي استراتيجيات توسيع الأعمال ويؤثر على نمو الإيرادات، ذات الصلة في سياق استراتيجيات توسيع الفروع الحديثة.

Midocean University

College of Management



Department of Master of Business Administration.

The impact of increasing the number of branches and their work areas on the company's revenues: An applied study on Manazel Al Baraka Trading Company in its expansion plan.

Prepared by:

ENG, Mehmet barutcu

&

ENG, Yasir Basamah

Supervised by:

Dr. Faiyz Ali

&

Dr. Al Faisal Muhammed

Year:2024