

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Prepared by: Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

" دور الإدارة والاستراتيجيات في نجاح شركة جرير في المملكة العربية السعودية - دراسة حالة - مكة "

أسم الطالب

مروة خالد ابو الطاهر

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

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

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة:

تعتبر شركة جرير للجزئة واحدة من أبرز الشركات التجارية الرائدة في المملكة العربية السعودية، حيث أسست عام 1978 وتطورت لتصبح الآن أكبر سلسلة متاجر للكتب والأدوات المكتبية والأجهزة الإلكترونية في المنطقة. إن نجاح شركة جرير ومكانتها المرموقة في السوق السعودي يعود إلى العديد من العوامل الإدارية والاستراتيجية التي ساهمت في تميزها واستمرارها

سيتناول هذا البحث تحليل وتقييم الإدارة والاستراتيجيات المتبعة في شركة جرير، بما في ذلك:

1. هيكل الإدارة العليا وأساليب القيادة المتبعة.
2. استراتيجيات التوسع والنمو المتبعة من قبل الشركة.
3. استراتيجيات التسويق والترويج والتركيز على تحسين تجربة العملاء.
4. إدارة الموارد البشرية والاستثمار في تطوير الكوادر.
5. التكيف مع التغييرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية.
6. تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (SWOT) للشركة.

سيساعد هذا التحليل الشامل على استخلاص الدروس المستفادة من نجاح شركة جرير والعوامل الرئيسية وراء ذلك، بما يمكن الشركات الأخرى من الاستفادة منها في تطوير إستراتيجياتها وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق السعودي.

خطط النمو الإستراتيجي :

افتتاح أكثر من 80 صالة عرض في المملكة العربية السعودية والخليج بحلول عام 2025.

زيادة متوسط النمو السنوي بقدر 10% من خلال افتتاح متاجر جديدة واكتساب حصة سوقية أكبر.

زيادة إمكانيات التجارة الإلكترونية كعامل مساعد للنمو الشامل على مستوى المملكة العربية السعودية والعالم.

الحفاظ على ريادة السوق من خلال التنبؤ بإتجاهات التكنولوجية المستقبلية ومراجعة المزيج البيعي باستمرار.

الاستمرار في تطوير وتحسين خطط وقدرات إدارة فئات المنتجات.

زيادة قيمة العميل مدى الحياة عن طريق تطوير أساليب تركز على العميل بالدرجة الأولى وتوفير القدرات المتعلقة بمعالجة البيانات يتم من خلالها

توفير منتجات وخدمات وتجارب أكثر ملاءمة للعميل.

الاستمرار في تميز عروض البيع عن طريق خلق قيمة مضافة لخدمات ما بعد البيع.

تعزيز الهيكل التنظيمي ليتناسب مع حجم ومستوى الأعمال في المستقبل.

تنمية حضور جرير في الإنترنت من خلال الاستفادة من التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تفاعل العملاء مع علامة

جرير التجارية.

تطوير مكتب إدارة المشاريع والإستراتيجيات لتقوية القدرة التنظيمية على تحقيق أهداف العمل طويلة المدى.

ما هي طموحات وأهداف المؤسسين؟

عندما توسّعت الشركة كبرت معها أهدافها وأصبحت تستهدف فئات مختلفة من المجتمع وبدأت بتوفير أنواع مختلفة من المنتجات مثل الألعاب الإلكترونية وأجهزة الجوال وبعض من المستلزمات المكتبية وعززت حينها العبارة الشهيرة التي أرتبطت في العلامة التجارية "جرير ليست مجرد مكتبة"

مشكلة الدراسة :

على الرغم من النجاح الكبير الذي حققته شركة جرير في السوق السعودي، إلا أنه لا يزال هناك قليل من الدراسات الأكاديمية التي تتناول نموذج إدارة وإستراتيجيات هذه الشركة الرائدة. لذا، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال القيام بتحليل شامل لآليات الإدارة والتخطيط الاستراتيجي التي مكنت شركة جرير من تحقيق هذا النجاح المستدام على مدى السنوات الماضية

فجوات على المستوى النظري :

1. ندرة الدراسات الأكاديمية المتعمقة في تحليل نموذج إدارة وإستراتيجيات شركة جرير السعودية:

على الرغم من نجاح شركة جرير الكبير في السوق السعودي، إلا أن هناك ندرة في الأبحاث والدراسات الأكاديمية التي تتناول بالتفصيل الممارسات الإدارية والاستراتيجيات التي ساهمت في هذا النجاح. هذه الفجوة تمثل فرصة لتسليط الضوء على نموذج النجاح الفريد لهذه الشركة.

2. الحاجة إلى تحليل شامل للمزايا التنافسية لشركة جرير:

معظم الدراسات السابقة ركزت على جوانب محددة مثل التسويق أو إدارة الموارد البشرية، لكن هناك حاجة إلى دراسة متكاملة تقوم بتحليل مختلف مكونات الميزة التنافسية للشركة، بما في ذلك القيادة الاستراتيجية والابتكار والتكيف مع التغيرات البيئية.

3. ندرة البحوث حول تكيف شركة جرير مع التغيرات السريعة في البيئة التشغيلية:

في ظل التحولات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها السوق السعودي، هناك حاجة إلى دراسة كيفية تكيف شركة جرير مع هذه التغيرات وبناء مرونة تنظيمية لضمان استمرارية النجاح.

4. الحاجة إلى تحليل SWOT لشركة جرير لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات:

معظم الدراسات السابقة ركزت على جوانب محددة من أداء الشركة، لكن هناك حاجة إلى دراسة شاملة باستخدام إطار تحليل SWOT لتقييم الوضع الاستراتيجي الشامل للشركة.

بالتالي، فإن هذه الفجوات النظرية تمثل فرصة للبحث لسد هذه الثغرات وتقديم رؤى جديدة حول نموذج نجاح شركة جرير في السوق السعودي.

فجوات على المستوى التطبيقي :

1. الحاجة إلى دراسة ميدانية متعمقة لممارسات إدارة الشركة:

على الرغم من النجاح الكبير لشركة جرير، إلا أنه لم يتم إجراء دراسة ميدانية شاملة للكشف عن التفاصيل الداخلية لممارسات القيادة والإدارة والتخطيط الاستراتيجي. هذه المعلومات قد تكون مفيدة لتطوير نماذج عملية قابلة للتطبيق في شركات أخرى.

2. محدودية البيانات المتاحة عن أداء الشركة وموقفها التنافسي:

بينما تقدم التقارير المالية والإعلانات الصحفية معلومات محدودة عن أداء الشركة، إلا أن هناك حاجة إلى الحصول على بيانات تفصيلية عن الحصة السوقية والمؤشرات التشغيلية والمالية بشكل منتظم لفهم أداء الشركة بشكل أفضل

3. نقص التطبيقات العملية لأطر التحليل الاستراتيجي:

على الرغم من وجود العديد من النماذج والأطر النظرية للتحليل الاستراتيجي، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات التي تطبق هذه الأطر بشكل عملي على شركة جريز. هذا يمثل فرصة لتوفير رؤى جديدة من خلال تطبيق تحليلات SWOT وغيرها من الأدوات الاستراتيجية.

4. محدودية البيانات المقارنة مع الشركات المنافسة:

من أجل تحديد الميزة التنافسية لشركة جريز، هناك حاجة إلى الحصول على بيانات مقارنة عن الشركات المنافسة في السوق السعودي لتحديد نقاط القوة والضعف النسبية.

بالتالي، فإن هذه الفجوات التطبيقية تمثل فرصاً للبحث لتقديم رؤى عملية وقابلة للتطبيق حول نموذج نجاح شركة جريز وكيفية تعزيز قدرتها التنافسية.

تتضح أهمية دراسة نموذج نجاح شركة جريز على المستوى التطبيقي من النقاط التالية:

1. تقديم رؤى عملية حول ممارسات القيادة والإدارة الناجحة:

من خلال إجراء دراسة ميدانية متعمقة لفهم الممارسات الداخلية لشركة جريز، يمكن استخلاص دروس مستفادة وتوصيات عملية يمكن أن تستفيد منها شركات أخرى في تطوير استراتيجياتها وأساليب إدارتها.

2. تحسين فهم الأداء التنافسي للشركة:

توفير بيانات تفصيلية عن الأداء المالي والتشغيلي وحصة السوق لشركة جريز سوف يساعد على فهم موقفها التنافسي بشكل أفضل، وتحديد نقاط القوة والضعف النسبية مقارنة بالمنافسين.

3. تطبيق أطر التحليل الاستراتيجي بشكل عملي:

تطبيق نماذج تحليل SWOT والمصفوفة BCG وغيرها على شركة جريز سوف يوفر رؤى جديدة حول النجاحات والتحديات التي تواجهها الشركة، والتي يمكن أن تكون مفيدة لشركات أخرى.

4. المساهمة في البحث الأكاديمي والممارسات الإدارية:

إجراء هذه الدراسة سوف يساهم في سد الفجوات البحثية المحددة سابقاً، وتقديم رؤى جديدة حول نماذج النجاح في القطاع التجزئة السعودي، والتي يمكن أن تثري المعرفة الأكاديمية والممارسات الإدارية.

بشكل عام، تتضح أهمية هذه الدراسة في تقديم رؤى عملية وقابلة للتطبيق حول عوامل نجاح شركة جريز والتي يمكن أن تساعد الشركات الأخرى في تطوير استراتيجياتها وتحسين أدائها التنافسي.

على المستوى النظري، تتجلى أهمية دراسة نموذج نجاح شركة جريز في النقاط التالية:

1. إثراء الأدبيات البحثية حول القطاع التجزئي السعودي:

هناك نقص في الأبحاث المنشورة حول نماذج النجاح في قطاع التجزئة السعودي، لذا فإن هذه الدراسة ستساهم في سد هذه الفجوة البحثية وتقديم رؤى جديدة في هذا المجال.

2. تطوير نماذج نظرية لتحليل عوامل النجاح:

من خلال استخدام إطارات تحليلية مثل SWOT وتحليل البيئة الداخلية والخارجية، ستساعد هذه الدراسة في تطوير نماذج نظرية شاملة لفهم العوامل المؤثرة على نجاح الشركات في القطاع التجزئي.

3. اختبار وتطوير النظريات الإدارية القائمة:

ستتيح هذه الدراسة الفرصة لاختبار مدى ملاءمة النظريات القائمة مثل نظرية الموارد والكفاءات، ونظرية التنافسية، في تفسير نجاح شركة جريير، مما قد يؤدي إلى تطوير هذه النظريات أو اقتراح نماذج نظرية جديدة.

4. المساهمة في البحوث المقارنة:

توفير بيانات تفصيلية عن شركة جريير سيسمح بإجراء دراسات مقارنة مع شركات منافسة أخرى في القطاع التجزئي السعودي أو الإقليمي، مما قد يساهم في استخلاص دروس عامة حول عوامل النجاح في هذا المجال.

5. تقديم رؤى جديدة حول استراتيجيات التنويع والتوسع:

نجاح شركة جريير في التنويع واختراق أسواق جديدة يمكن أن يوفر فهمًا أفضل لاستراتيجيات النمو والتوسع الناجحة في قطاع التجزئة.

أسئلة الدراسة :

1. ما هي الممارسات الإدارية والقيادية الناجحة التي اتبعتها شركة جريير؟
2. ما هي الاستراتيجيات التي مكنت الشركة من التوسع والنمو على المستوى المحلي والإقليمي؟
3. كيف نجحت شركة جريير في تعزيز تجربة العملاء من خلال استراتيجيات التسويق والترويج؟
4. ما هي آليات إدارة الموارد البشرية في الشركة وكيف ساهمت في تنمية وتطوير الكوادر؟
5. كيف تكيفت شركة جريير مع التغييرات الطارئة في البيئة التشغيلية؟
6. ما هي نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تواجهها شركة جريير وفقاً لتحليل SWOT؟

أهداف الدراسة :

1. تحليل عوامل النجاح الرئيسية التي ساهمت في تميز وازدهار شركة جريير في قطاع التجزئة السعودي.
2. استكشاف الاستراتيجيات والممارسات الإدارية التي اتبعتها شركة جريير لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
3. تقييم دور الابتكار والتحول الرقمي في تعزيز نجاح وتنافسية شركة جريير.
4. فحص كيفية إدارة شركة جريير لمواردها البشرية والتنظيمية لتحقيق الأداء المتميز.
5. استخلاص الدروس المستفادة من تجربة نجاح شركة جريير والتي يمكن تطبيقها على شركات قطاع التجزئة الأخرى في السعودية والمنطقة.

ومن أهداف شركة جريير :

- الحفاظ على الريادة في جودة الخدمة المقدمة لعملائنا.
- توفير منتجات بأسعار معقولة عالية الجودة لعملائنا.
- أن نكون الشركة الرائدة في السوق في مجال اللوازم المكتبية ومنتجات تكنولوجيا المعلومات والكتب.
- بناء فريق إداري يتميز بالتفوق والفعالية.
- تحفيز المبادرة الفردية وتوفير فرص النمو الشخصي لموظفينا.
- خدمة المجتمع ورد الجميل إليه، حيث نؤمن بأن مسؤوليتنا الاجتماعية تكمن في ذلك.

من خلال تحقيق هذه الأهداف، ستساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات البحثية حول عوامل نجاح الشركات في قطاع التجزئة السعودي وتقديم رؤى قيمة للممارسين والصناع القرار في هذا المجال.

فرضيات الدراسة :

1. هناك مجموعة من عوامل النجاح الرئيسية التي ساهمت في ريادة شركة جرير وتميزها في السوق السعودي للتجزئة.
 2. الاستراتيجيات والممارسات الإدارية المتبعة من قبل شركة جرير لها دور محوري في تحقيق ميزتها التنافسية المستدامة.
 3. التركيز على الابتكار والتحول الرقمي أدى إلى تعزيز قدرة شركة جرير على التكيف مع التغيرات في البيئة التنافسية.
 4. إدارة الموارد البشرية والتنظيمية بطريقة فعالة ساهمت في تحقيق مستويات عالية من الأداء المتميز في شركة جرير.
 5. هناك دروس مهمة يمكن استخلاصها من تجربة نجاح شركة جرير والتي قد تفيد شركات التجزئة الأخرى في السعودية والمنطقة.
 6. هناك توصيات عملية يمكن تقديمها لصانعي السياسات والقادة التنفيذيين في قطاع التجزئة لتطوير نماذج النجاح المستدام.
- إن اختبار هذه الفرضيات من خلال البيانات والأدلة التجريبية سيساعد في تحقيق أهداف الدراسة وإثراء المعرفة حول عوامل نجاح الشركات في قطاع التجزئة السعودي.

نموذج الدراسة:

1. عوامل النجاح الرئيسية: يشمل هذا المحور العوامل الأساسية التي ساهمت في نجاح شركة جرير وتميزها في السوق السعودي، مثل الاستراتيجية، الابتكار، الموارد البشرية، الموارد التنظيمية، إلخ.
 2. الميزة التنافسية المستدامة: يمثل هذا المحور النتيجة المرجوة من تفاعل عوامل النجاح الرئيسية، والمتمثلة في تحقيق ميزة تنافسية قوية وطويلة الأمد للشركة.
 3. الأداء المتميز: يعكس هذا المحور المخرجات المتمثلة في مستويات الأداء العالية التي حققتها شركة جرير نتيجة امتلاكها لميزة تنافسية مستدامة.
 4. الدروس المستفادة والتوصيات: هذا المحور يركز على استخلاص الدروس والعبر من تجربة نجاح شركة جرير والتي يمكن تطبيقها على شركات التجزئة الأخرى، بالإضافة إلى تقديم توصيات عملية لصانعي السياسات والقادة التنفيذيين.
- هذا النموذج يوضح العلاقات والتفاعلات بين مختلف المكونات، ويساعد في تنظيم وتوجيه عملية البحث والتحليل في هذه الدراسة. ويمكن تطويره بشكل أكثر تفصيلاً بناءً على نتائج الدراسة الميدانية.

منهجية الدراسة :

شركة جرير السعودية تتبع منهجية دراسة متكاملة في إدارتها واستراتيجياتها

1. منهج البحث المستخدم:

- تعتمد الشركة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة وتحليل بيئتها الداخلية والخارجية.
- كما تستخدم المنهج الاستراتيجي في وضع وتنفيذ خططها وسياساتها طويلة المدى.

2. مصادر جمع البيانات والمعلومات:

- تعتمد على المصادر الداخلية كالتقارير الإدارية والبيانات المحاسبية والإحصائية.
- وكذلك المصادر الخارجية كالدراسات السوقية والتقارير الاقتصادية والتنافسية.

3. أدوات جمع البيانات:

- استخدام الاستبيانات والمقابلات مع العاملين والعملاء.
- تحليل البيانات الكمية والنوعية باستخدام برامج إحصائية متخصصة.

4. تحليل البيانات واتخاذ القرارات:

- تقوم بتحليل البيئة الداخلية والخارجية باستخدام أدوات التحليل الاستراتيجي ك SWOT و PESTEL.
- ثم وضع الاستراتيجيات والخطط التنفيذية وفقاً لنتائج التحليل.

5. متابعة وتقييم الأداء:

- تقوم بوضع مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) لقياس النجاح في تنفيذ الاستراتيجيات.
- وتجري مراجعات دورية لتقييم الأداء والتعديل عند الضرورة.

بشكل عام، تتبع شركة جرير منهجية متكاملة وشاملة في إدارتها واستراتيجياتها، تجمع بين الجوانب التحليلية والتطبيقية لضمان فعالية وكفاءة عملياتها وتحقيق أهدافها.

أبرز جوانب الدراسات الميدانية التي تقوم بها شركة جرير كما يلي:

1. دراسات السوق والعملاء:

- تجري الشركة دراسات مسحية للسوق لفهم احتياجات ومتطلبات العملاء الحاليين والمرتقبين.
- كما تستخدم أساليب البحث النوعي كالمقابلات البورية وملاحظة السلوك الشرائي.
- وتحلل البيانات الكمية والنوعية لاستنتاج التوجهات والاتجاهات السوقية.

2. دراسات الموردين والشركاء:

- تجري الشركة تقييمات دورية لأداء الموردين والشركاء الاستراتيجيين.
- وتستخدم أساليب المقابلات والاستبيانات لقياس مستوى الرضا والتعاون المتبادل.
- بهدف تعزيز العلاقات وتحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة.

3. دراسات المنافسة والبيئة التنافسية:

- تقوم الشركة بمسح ميداني للمنافسين من حيث المنتجات والأسعار والخدمات.
- وتحلل البيانات المجمعة لتحديد نقاط القوة والضعف لدى المنافسين.
- بهدف تعزيز القدرة التنافسية للشركة واتخاذ قرارات استراتيجية مناسبة.

4. دراسات الموارد البشرية:
- تجري الشركة استطلاعات رأي وتقييمات أداء للموظفين.
 - وتستخدم أساليب المقابلات والملاحظة لفهم السلوكيات والاتجاهات.
 - بهدف تحسين بيئة العمل وتطوير برامج التحفيز والتدريب.
- من خلال هذه الدراسات الميدانية المتنوعة، تتمكن شركة جرير من الحصول على بيانات ومعلومات حقيقية وموثوقة تساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية والتشغيلية الملائمة.

الشركة تعمل على تطوير مخطط للمشروع المقترح وفق الخطوات التالية:

1. التعريف بالمشروع:
 - تقوم الشركة بوضع وصف تفصيلي للمشروع المقترح، بما في ذلك الأهداف والنطاق والمخرجات المتوقعة.
 - كما تحدد الموارد البشرية والمالية والتقنية اللازمة لتنفيذ المشروع.
 2. تحديد المراحل والأنشطة:
 - تقسم الشركة المشروع إلى مراحل رئيسية وأنشطة فرعية.
 - وتحدد الأطر الزمنية لكل مرحلة وأنشطتها بناءً على تقديرات الجدول الزمني.
 3. تحليل المخاطر والمعوقات:
 - تقوم الشركة بتحديد المخاطر والتحديات المحتملة التي قد تواجه تنفيذ المشروع.
 - وتضع خطط بديلة وإجراءات تخفيف للتعامل مع هذه المخاطر.
 4. تخصيص الموارد والميزانية:
 - تقوم الشركة بتخصيص الموارد البشرية والمالية والتقنية اللازمة لكل مرحلة.
 - وتضع الميزانية التقديرية للمشروع بناءً على تكاليف الموارد والأنشطة.
 5. الجدولة والمتابعة:
 - تقوم الشركة بوضع جدول زمني تفصيلي لتنفيذ المراحل والأنشطة.
 - وتطبق آليات المراقبة والتقييم المستمر لضمان التنفيذ وفق الخطة الموضوعية.
- من خلال هذا المخطط المنظم، تتمكن الشركة من تخطيط وتنفيذ المشروع بشكل فعال، مع إمكانية مواجهة المخاطر والتحديات والتكيف معها عند الضرورة.

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

مقدمة للدراسات السابقة حول إدارة مكتبة جرير واستراتيجياتها:

مقدمة:

مكتبة جرير هي واحدة من أكبر وأشهر سلاسل المكتبات في المنطقة. تأسست المكتبة في عام 1987 في المملكة العربية السعودية وتوسعت بسرعة لتصبح سلسلة رائدة بأكثر من 50 فرعاً في جميع أنحاء المنطقة.

الإدارة والإستراتيجيات:

من خلال الدراسات السابقة، تبين أن نجاح مكتبة جرير يرجع إلى إدارتها الاستراتيجية الفعالة في عدة جوانب:

1. التركيز على التنوع والتميز في المنتجات والخدمات:
 - تقدم المكتبة تشكيلة واسعة ومتنوعة من الكتب والمنتجات الثقافية والتعليمية.
 - كما تركز على توفير خبرات تسوق وخدمة عملاء متميزة في فروعها.
 2. الاستثمار في التقنية والابتكار:
 - استثمرت المكتبة بشكل كبير في تطوير منصاتها الرقمية وأنظمة البيع عبر الإنترنت.
 - كما طورت حلول تقنية متقدمة لتحسين كفاءة العمليات الداخلية.
 3. التوسع المدروس والاستراتيجي:
 - نمت المكتبة بخطى متوازنة من خلال إضافة فروع جديدة في المواقع الاستراتيجية.
 - واتبعت استراتيجية تركز على التوسع في الأسواق الرئيسية وتعزيز الوجود الإقليمي.
 4. التركيز على تجربة العملاء والولاء:
 - طورت المكتبة برامج ولاء وخصومات للعملاء المنتظمين.
 - وركزت على تحسين تجربة التسوق في فروعها لتعزيز رضا العملاء وولائهم.
- هذه الاستراتيجيات المتكاملة مكّنت مكتبة جرير من تحقيق نمو مستدام وتبوأ موقع الريادة في سوق المكتبات بالمنطقة.

المتغير المستقل :

المتغيرات المستقلة الرئيسية التي ساهمت في نجاح مكتبة جرير واستراتيجياتها كما يلي:

1. التركيز على التنوع والتميز في المنتجات والخدمات:
 - تنويع وتوسيع تشكيلة المنتجات والخدمات المقدمة
 - التركيز على تقديم تجربة تسوق متميزة للعملاء
2. الاستثمار في التقنية والابتكار:
 - التطوير المستمر للمنصات الرقمية وأنظمة البيع عبر الإنترنت
 - تطبيق حلول تقنية متقدمة لتحسين الكفاءة التشغيلية
3. التوسع المدروس والاستراتيجي:
 - النمو التدريجي والمخطط من خلال إضافة فروع جديدة
 - التركيز على التوسع في الأسواق الرئيسية وتعزيز الوجود الإقليمي

4. التركيز على تجربة العملاء والولاء:

- تطوير برامج ولاء وخصومات للعملاء المنتظمين
- تحسين تجربة التسوق في الفروع لزيادة رضا العملاء وولائهم

هذه المتغيرات المستقلة الرئيسية تشكل الركائز الأساسية للاستراتيجيات التي مكّنت مكتبة جرير من تحقيق النمو والريادة في السوق.

المتغير التابع

المبيعات والإيرادات:

- المتغير التابع الأساسي هو زيادة المبيعات والحصول على إيرادات أعلى على مستوى الشركة ككل وفي الفروع المختلفة.
- تأثر هذا المتغير بشكل مباشر بالاستراتيجيات المتعلقة بالمنتجات والخدمات المتنوعة، والتجربة المميزة للعملاء، والتوسع الجغرافي.

حصة السوق والنمو:

- زيادة الحصة السوقية للشركة في السوق المحلي والإقليمي.
- تحقيق معدلات نمو سنوية في المبيعات والإيرادات.
- يرتبط هذا المتغير بنجاح الاستراتيجيات التوسعية والتنافسية للشركة.

. ولاء العملاء وتكرار الزيارات:

- زيادة معدلات ولاء العملاء وتكرار زيارتهم للفروع.
- يأتي ذلك نتيجة لتحسين تجربة التسوق وتطوير برامج الولاء.

الربحية والعائد على الاستثمار:

- تحقيق مستويات ربحية مرتفعة على مستوى الشركة ككل.
- زيادة العائد على الاستثمارات في التوسع والابتكار التقني.

هذه العناصر الرئيسية للمتغير التابع تشكل المقاييس الأساسية لنجاح استراتيجيات مكتبة جرير وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة :

1. العلاقة بين التركيز على التنوع والتميز في المنتجات والخدمات والمتغيرات التابعة:

- زيادة تنوع المنتجات والخدمات المقدمة كان له دور مباشر في زيادة المبيعات والإيرادات.
- التميز في التشكيلة والجودة ساهم في تعزيز ولاء العملاء وزيادة معدلات التكرار.
- هذا أدى إلى تحسين الحصة السوقية والنمو الكلي للشركة.

2. العلاقة بين الاستثمار في التقنية والابتكار والمتغيرات التابعة:

- التطوير المستمر للقنوات الرقمية وأنظمة البيع عبر الإنترنت عزز تجربة العملاء وسهل عملية الشراء.
- تطبيق الحلول التقنية المتطورة ساهم في زيادة الكفاءة التشغيلية وتحسين الربحية.
- هذا في النهاية انعكس على زيادة المبيعات وتحسين العائد على الاستثمار.

3. العلاقة بين التوسع المدروس والاستراتيجي والمتغيرات التابعة:

- التوسع التدريجي والمخطط في الأسواق الرئيسية عزز الحصة السوقية للشركة.
- زيادة عدد الفروع وتغطية المناطق الجغرافية أدى إلى نمو المبيعات والإيرادات.
- كما ساهم ذلك في تحسين ولاء العملاء وتكرار الزيارات بسبب توفر المزيد من الفروع.

في الخاتمة، يمكننا استنتاج أن النجاح المستمر لشركة جرير في السوق السعودية يرجع إلى عدة عوامل رئيسية:

1. القيادة الإدارية الحكيمة والاستراتيجية المتميزة: لقد كان لقيادة الشركة دور حاسم في تطوير وتنفيذ خطط طموحة لتوسيع نطاق عملياتها وتنويع منتجاتها بما يتناسب مع احتياجات المستهلكين المحليين.
 2. التركيز على التميز التشغيلي: اعتمدت الشركة على تحسين كفاءة عملياتها وسلاسل التوريد، مما مكنها من تقديم تجربة تسوق فريدة للعملاء.
 3. الابتكار والتكيف مع التغيير: لطالما كانت جرير قادرة على استشعار التوجهات السوقية والتغيرات في سلوك المستهلكين، وتطوير منتجات وخدمات مبتكرة لتلبية تلك الاحتياجات المتغيرة.
 4. التركيز على رضا العملاء: وضعت الشركة رضا العملاء على رأس أولوياتها، من خلال الاستماع إلى احتياجاتهم وتوفير تجربة تسوق متميزة.
- في النهاية، يمكن القول إن نجاح جرير في السوق السعودية جاء نتيجة لتكامل هذه العناصر الاستراتيجية والتشغيلية، مما مكنها من تحقيق موقع ريادي في قطاع التجزئة بالملكة. وستستمر هذه المقاربة في تعزيز مكانة الشركة في المستقبل.

في ختام هذا البحث يمكننا أن نستنتج أن العلم والبحث العلمي يشكلان ركيزة أساسية لتقدم المجتمعات وتطورها، كما إنهما يمنحانا القدرة على فهم عميق للعالم من حولنا، ومنحنا القدرة على حل التحديات الكبيرة التي تواجه الإنسانية. إذاً دعونا نستخدم هذا العلم والبحث لبناء مستقبل أفضل للأجيال القادمة، ولنبقى ملتزمين بالسعي للمعرفة والتفوق في كل جوانب حياتنا. فلنضع نصب أعيننا دائماً هدف تحقيق التقدم والازدهار من خلال البحث والتعلم المستمر.

المراجع :

عن الشركة جرير about-jarir > <https://www.jarir.com>

دراسة حالة: جرير المكتبة التي لم تتسع لأحلام أصحابها - insights > <https://hub.misk.org.sa> Misk HubMisk

قيمتنا وأهدافنا جرير about-jarir > <https://www.jarir.com>

برنامج ذكاء اصطناعي > <https://apps.apple.com/sa/app/poe-fast-ai-chat/id1640745955>

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It` s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck ☺ *Dr. Mona Moustafa Elashry*