

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير إدارة الأعمال



تأثير تكس البضائع في الاسواق على مبيعات وهامش ربح التجار والمستثمرين في
مدينة الرياض

إعداد

الطالب/ عمر كمال الزين

الرقم الاكاديمي / 241001627

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2024

حقوق الطباعة

حقوق الطباعة تمتلكها جامعة ميد او شن. حيث ان جميع المحتويات الواردة في هذا البحث هي ملك للجامعة, ولا يجوز استخدامها او اعادة نشرها او توزيعها بدون اذن مسبق من جامعة ميد او شن.

الباحث

المستخلص

تهدف هذه الدراسة الى تحليل ومعرفة أثر توفر السلع المحلية والمستوردة بشكل كبير على المبيعات وهامش ربح التجار والمستثمرين في الرياض , المملكة

العربية السعودية. يشكل دخول اسواق جديدة مليئة بالبضائع المتشابهة هاجس لدى اغلب التجار والمستثمرين لما في ذلك من منافسة قوية تؤثر على حجم المبيعات وهامش الربح.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام نموذج الاستبيان كأداة لجمع البيانات , وزع الاستبيان على عدد من التجار وممثلي المبيعات في شركات ومصانع للبلاستيك داخل مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم او دعم او ارشدنا للتقديم لدراسة الماجستير لدى جامعة ميدأوشن .

الحمد لله من قبل ومن بعد , والشكر الموصول لعائلتي واهلي واساتذتي ومديري على دعمهم وتوجيههم المستمر لي في هذه المرحلة الصعبة التي تطلبت بعض التضحيات في مجال العمل والمنزل وكان ايمانهم وصبرهم على انشغالي المستمر عنهم مصدراً ووقوداً لتحفيزي .

كما اود ان اوصل امتناني العميق لجامعة ميداوشن وطاقتها الفريد واساتذتها الكرام على دعمهم وتوجيههم لنا وتوفيرهم البيئة الاكاديمية المحفزة بالاخص دكتور الفيصل عبدالحميد و دكتور فايز علي الجراد لتوجيهاتهم وملاحظاتهم المفيدة التي صقلت مواهبنا وخبراتنا .

اخيرا وليس اخرا اود ان اشكر عميق الشكر لمديري وأستاذي وموجهي الاول ومرشدي في التسجيل لدراسة ماجستير ادارة الاعمال في جامعة ميداوشن أ.د. يونس احمد الشيخ مدير ادارة الانتاج في مصنع الوطنية للبلاستيك.

الباحث

فهرس المحتويات:

2.....	حقوق الطباعة
2.....	المستخلص
3.....	الشكر والتقدير
8.....	الفصل الأول
8.....	المدخل العام للبحث
9.....	المقدمة:
11.....	مصطلحات البحث:
11.....	سؤال البحث الرئيسي:
11.....	أسالة البحث الفرعية:

12.....	أهمية البحث النظرية:
12.....	أهمية البحث التطبيقية:
12.....	أهداف البحث:
13.....	فرضيات البحث:
13.....	الفرضية الرئيسية:
13.....	الفرضية الفرعية:
13.....	نموذج البحث:
14.....	حدود البحث:
14.....	-المجال الزمني:
14.....	-المجال الموضوعي
15.....	خاتمة الفصل:
16.....	الفصل الثاني
16.....	الإطار النظري والدراسات السابقة
17.....	المقدمة:
17.....	الإطار النظري:
17.....	1. الفرق بين السلع والبضائع:
19.....	الدراسات السابقة:
	الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
21.....	
22.....	الفصل الثالث
22	منهجية الدراسة
	مقدمة
	
23.....	
	المنهجية وطرق البحث
	
23.....	

مجتمع البحث

.....
23.....

حدود البحث

.....
23.....

أداة البحث: 24.....

خطوات إعداد أداة البحث: 25.....

الفصل الرابع 26.....

النتائج والتوصيات 26.....

مقدمة: 25.....

تحليل البيانات

.....
27.....

النتائج 32.....

التوصيات

.....
32.....

المراجع 33.....

الملاحق 34.....

الاستبانة 34.....

الملخص Abstract 38.....

بسم

الله

الرح

من
الرح
يم

الفصل الأول
المدخل العام للبحث

المقدمة:

تعتبر التجارة منذ القدم أهم الأنشطة المشاركة في تطور وإستمرارية البشرية , حيث من دونها لما تفاضلة المقتنيات وتوافرت بناءا على أهميتها , وكانت أحد الاسباب في تنقل الإنسان باحثا عن ما يحتاجه في مكان آخر غير الذي ولد فيه وتشكلت في البداية على هيئة تبادل بين السلع ويعود تاريخ التجارة إلى 10 آلاف عام قبل الميلاد, حيث كانت التجارة آنذاك بسيطة ومحدودة, حيث اعتمد البشر على المقايضة لتبادل السلع الأساسية مثل الغذاء والأدوات والحيوانات, فالتجارة في هذه الفترة كانت غالباً محلية بين القبائل أو المجموعات الصغيرة. ومع تطور المجتمعات، ازدهرت التجارة عبر الطرق البرية والبحرية في حضارات وادي النيل وبلاد الرافدين، وبلغت أوجها مع الفينيقيين والإغريق والرومان. حيث تم تصدير المنتجات الزراعية (مثل القمح) واستيراد الذهب والفضة والسلع الفاخرة, مما أدى إلى ازدهار التجارة وظهور مراكز التجارة الدولية مثل بابل وأور وتم استخدام القطع المعدنية في التبادلات. وكانت مساهمة الامبراطورية الرومانية والاغريقية في انشاء طريق الحرير فعالة في انعاش التجارة بين اسيا واوروبا وكانت محورا لنقل الحرير, الخزف والتوابل. وتم استخدام العملات المعدنية لتسهيل التجارة. ومع ظهور الإسلام, توسعت شبكات التجارة العالمية بفضل الأسواق المزدهرة في شبه الجزيرة العربية, الهند وشمال افريقيا. فكانت الأسواق الاسلامية في مكة والمدينة مراكز رئيسية للتجارة. وفي عصر النهضة, أدى اكتشاف الطرق البحرية إلى ربط القارات, فظهرت شركات تجارية ضخمة مثل شركة الهند الشرقية التي ادت إلى توسع التجارة العالمية. بينما أحدثت الثورة الصناعية تحولاً جذرياً في طبيعة التجارة وتحولها من المنتجات الزراعية إلى المنتجات الصناعية وتم تطوير طرق النقل إلى السكك الحديدية, السفن البخارية، والقنوات. أما في العصر الحديث، فقد أعادت التكنولوجيا والعولمة تشكيل مفهوم التجارة، مما جعلها أكثر شمولية وسرعة من أي وقت مضى. حيث ظهرت التجارة الإلكترونية مثل أمازون وعلي بابا التي أحدثت ثورة في طرق البيع والشراء. وتم إنشاء منظمات تجارية مثل منظمة التجارة العالمية (WTO) لدعم التجارة الدولية. وفي العصر الحالي أصبحت التجارة تعتمد بشكل أكبر على التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي. لتفتح الباب لعالم حديث, فأصبحت التجارة عبارة عن نقرة زر، تربط العالم بأسره في ثوانٍ. إنها رحلة مستمرة تعكس تطور الإنسان وحاجته للتواصل والتبادل.

يواجه التجار والمستثمرين الآن وبما فيهم انا, صعوبات وتحديات كبيرة في بيع السلع والمنتجات في مدينة الرياض لمافيهها من محال واسواق عديدة منتشرة في جميع المناطق والاحياء حيث اصبح بإمكان السكان المكوث لاشهر داخل الحي دون الحوجه للانتقال من مكان لآخر بحثا عن السلع والمنتجات.

تكس السلع والبضائع في المحال التجارية يمثل مشكلة تؤثر سلبيًا على الأداء المالي والتشغيلي للشركات. يحدث التكس عادة نتيجة أخطاء في التخطيط مثل الإفراط في طلب السلع, ضعف إدارة المخزون, أو تراجع الطلب على المنتجات.

تتسبب هذه المشكلة في زيادة التكاليف التشغيلية بسبب الحاجة إلى مساحات تخزين إضافية أو التعامل مع تلف المنتجات, خصوصًا السلع ذات العمر الافتراضي القصير. كما يؤدي إلى انخفاض التدفق النقدي وصعوبة تصريف المخزون, مما يؤثر على الأرباح ويقلل من القدرة على تجديد البضائع أو الاستثمار في منتجات جديدة.

ومثالاً على ذلك فأنني امتهلك محل لبيع الملابس النسائية في احد الدول المجاورة, وبسبب تدهور الأوضاع الامنية هناك اضطررت لنقل العمل خارج بلدي حيث صادفت نفس العقبات التي يواجهها التجار الراغبين بفتح محال في مدينة الرياض المكتظة بالبضائع والسلع.

سننظر في هذه الدراسة الى اثر توفر البضائع بشكل كبير في جميع مناطق الرياض على حجم المبيعات لدى التجار ومقارنة تأثير ذلك على هامش الربح.

مصطلحات البحث:

المبيعات: مفهوم واسع جدا لكن بالاساس يتضمن عاملين اساسيين هما خدمة او منتج ذات قيمة ومقابل هذه الخدمة يتم دفع المال الذي يتم به تملك هذه الخدمة او

المنتج به. فهي ليست مجرد تبادل مالي؛ إنها علاقة طويلة الأمد بين الشركات والعملاء تهدف إلى تحقيق الفائدة للطرفين.

هامش الربح: هو نسبة المبالغ القادمة من المبيعات التي تحولت لربح , او فرق سعر البيع من سعر التكلفة. ويُستخدم هامش الربح لتقييم كفاءة الشركة في إدارة التكاليف وتحقيق الأرباح.

سؤال البحث الرئيسي:

- ما هو تأثير انتشار البضائع والسلع وتوفرها على مبيعات التجار والمستثمرين وهوامش ربحهم؟

أسئلة البحث الفرعية:

- ما مدى تأثير حجم السلع الضخم على مبيعات التجار؟
- ما مدى تأثير حجم السلع الضخم على هامش الربح لدى التجار؟

أهمية البحث النظرية:

- يساعد البحث على معرفة وقياس تأثير تكديس السلع في الاسواق على مبيعات التجار وهوامش ربحهم.
- يساهم البحث في لفت الانتباه للجوانب السلبية لكثرة البضائع.

أهمية البحث التطبيقية:

- يساعد المستثمرين في الكشف عن الصعوبات المحتملة للتجارة في المدينة الرياض.
- يطرح افكار جديدة تساعد على تقليل الآثار السلبية لتوفر البضائع على التجار.
- يقدم البحث توصيات يمكن تطبيقها في الدراسات المساعدة للتجار.
- فهم جزء من التحديات لدى التجار والمستثمرين في عملية تبادل وتجارة السلع.

أهداف البحث:

- التعرف على أثر تكدس البضاعة على مبيعات التجار والمستثمرين.
- التعرف على أثر تكدس البضاعة على هامش ربح التجار والمستثمرين.
- التعرف على أساليب جديدة تخفف من التأثيرات السلبية لكثرة البضائع في الاسواق.

فرضيات البحث:

● الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكدس البضاعة في الاسواق وإقبال التجار والمستثمرين على فتح محال جديدة.

● الفرضية الفرعية:

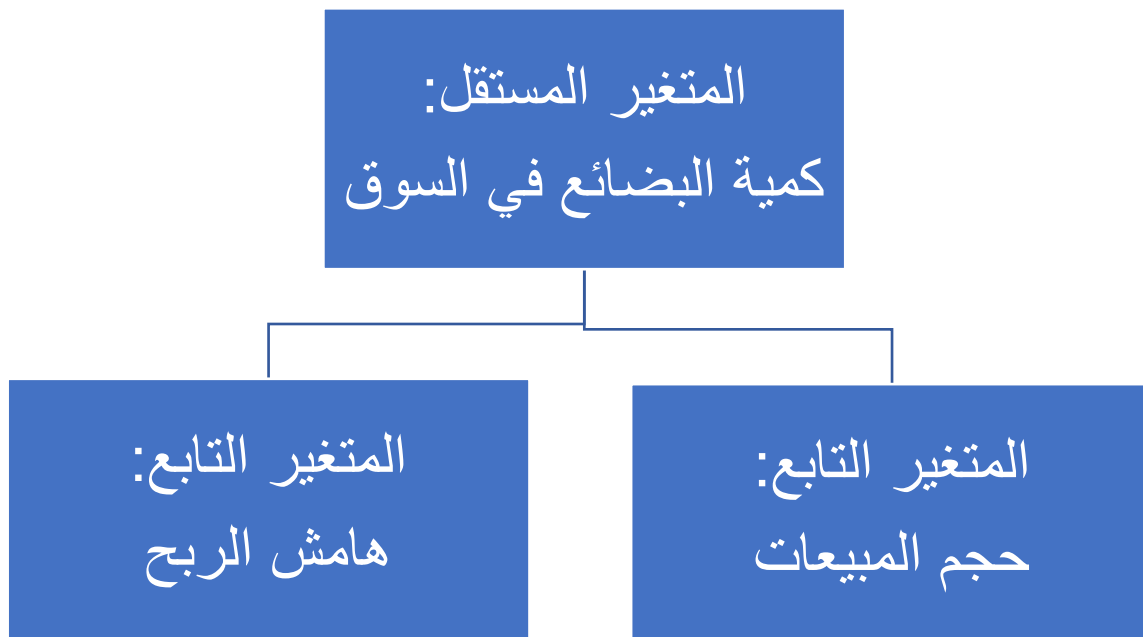
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المبيعات وحجم البضائع المشابهة في السوق.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مقدار هامش الربح وكمية البضائع في السوق.

نموذج البحث:

المتغير المستقل: حجم وكمية البضائع في السوق.

المتغير التابع: حجم المبيعات وهامش الربح.



شكل رقم (1-1) نموذج البحث

حدود البحث:

- المجال المكاني: طبقت هذه الدراسة على محال وبعض الأسواق في مدينة الرياض.

- **المجال البشري:** تمت هذه الدراسة على عينة عشوائية من تجار ومنديب مبيعات في قطاع التموين والتجزئة ومنديب مبيعات منتجات بلاستيكية.

- **المجال الزمني:** تمت الدراسة في أكتوبر 2024.

- **المجال الموضوعي:** أقتصرت الدراسة على أثر التوفر الزائد للبضائع والسلع على حجم مبيعات وهوامش ربح التجار والمستثمرين.

خاتمة الفصل:

في هذا الفصل تم ايضاح الفكرة العامة للبحث وبيان أسباب اختياره وتحديد مشكلة البحث وأهمية البحث وطرح التساؤلات التي يسعى البحث للإجابة عنها , الى جانب الفرضيات التي يحاول البحث إثباتها.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المقدمة:

في هذا الفصل سنتناول الإطار النظري للبحث وإستعراض متغيرات الدراسة وهما تكدس البضاعة وحجم المبيعات وهامش الربح, بالإضافة الى المرور على بعض الدراسات السابقة.

الإطار النظري:

سنتطرق الى أهم المفاهيم والكلمات المفتاحية المتعلقة بالبحث وهما السلع والبضائع, والمبيعات, وهامش الربح, والأسواق, و القوة الشرائية والمخزون.

1. الفرق بين السلع والبضائع:

السلع (Merchandise) هي المنتجات المادية التي تُنتج وتُستخدم لإشباع الاحتياجات البشرية، ويمكن أن تكون السلع ملموسة مثل السيارات، والملابس، والأجهزة الإلكترونية، أو غير ملموسة مثل البرمجيات والخدمات الرقمية.

وتشير البضائع (Goods) إلى المنتجات التي يتم شراؤها وبيعها في سياق التجارة، ويمكن أن تشمل السلع والمواد الخام والمنتجات النهائية التي تُتاجر بها الشركات، وتُعتبر البضائع من المخزون التجاري الذي يُشترى بهدف إعادة بيعه لتحقيق ربح، وهذا يعني أنه يمكن أن تكون كل البضائع سلعة، ولكن ليس كل السلع تُعتبر بضائعًا.

1. المبيعات: مفهوم واسع جدا لكن يمكن تعريفها بانها عملية استبدال الاموال بسلع او خدمات او اصول ملموسة وغير ملموسة وتتم بين طرفين هما البائع والمشتري.

2. هامش الربح: يُعرف هامش الربح على أنه مقياس للتعرف على قدرة الشركة على جني الأموال من خلال بيع منتجاتها، وعادة يتم التعبير عنه في شكل نسبة مئوية، والتي تشير إلى النسبة التي يمكن للمؤسسة أن تحتفظ بها من خلال إجمالي ما حققته من أرباح خلال فترة زمنية محددة.

وتستخدم المؤسسات والمستثمرون ووكالات التصنيف الائتماني مقياس هامش الربح لمعرفة الصحة المالية لكل شركة أو مؤسسة قبل اتخاذ قرارات التوسع في العمل أو الاستثمار في تلك الشركة أو إقراضها؛ بهدف التعرف على كيفية إدارتها بأفضل شكل والتنبؤ بمدى نموها مستقبلاً.

3. الأسواق: هو المكان الحقيقي أو الافتراضي الذي تُطبّق فيه عمليّات الطلب والعرض؛ إذ يُوفّر تفاعلاً بين البائعين والمشتريين من أجل تقديم الخدمات وبيع السلع مُقابل المُقايضة أو المال، يُعرف السّوق أيضاً بأنّه المساحة أو المنطقة التي تحدث فيها العمليّات التجاريّة عن طريق وجود اجتماع بين الناس والتّجار في مكان واحد. من التعريفات الأخرى للسّوق أنّه المكان الذي تُجلب إليه السلع من أجل ابتياعها وبيعها.

4. القوة الشرائية: هي كمية السلع والخدمات التي يمكن شرائها بوحدة نقدية من عملة معينة.

5. المخزون: هو السلع والمواد التي تمتلكها المنشأة بغرض إعادة بيعها.

الدراسات السابقة:

سيتم في هذا القسم تناول بعض الدراسات السابقة الشبيهة بهذه الدراسة. دراسة (الذيري، 2023): يهدف هذا البحث إلى التعرف على اثر نظم المعلومات الادارية على المخازن لجعله مساهماً وفعالاً في التخطيط وضبط المخزون بجودة وكفاءة ليتم تحقيق الرصيد الامثل من الاستثمارات, ولذلك فان الحصول على نظام فعال يساهم في متابعة المنصرفات والواردات وتوضيح الرصيد لكل صنف متوفر في المخزن, وتحديد الكمية المطلوب شراؤها من كل صنف في الوقت المناسب, ومن ثم المتابعة الدورية لحركة الاصناف التي يتم

تداولها من حيث الكمية والقيمة, من اجل تفادي الخسائر الناتجة عن تكديس السلع, وبذلك يتم توفير الكثير من الوقت والجهد والمال للمؤسسة.

خلصت هذه الدراسة الى ان هنالك قصور في الاعتماد على نظم المعلومات الادارية غير المتطورة في ادارة المخازن, نتج عنه ضعف في دقة وسرعة توفر المعلومات المطلوبة والذي بدوره يؤثر على العملية التخزينية فقد يرتفع المخزون للدرجة التي يسبب فيها تلف في المخزون.

ركز الباحث هنا على عملية تطوير نظم المعلومات لزيادة اداء العمل وسرعة اتخاذ القرارات, وقد استخدم المنهج التحليلي, المنهج الوصفي ومجتمع عينة الدراسة على المؤسسات قيد الدراسة.

الدراسات الاجنبية:

- دراسة (Charly Lersteau; Trung Thanh Nguyen; Tri Thanh Le; Ha Nam Nguyen; Weiming Shen, 2015)

يعد تكديس البضائع أو السلع أحد أكثر العمليات شيوعاً في الحياة اليومية. وفي وقتنا الحاضر يحدث ذلك بكثرة ليس فقط في تطبيقات النقل مثل موانئ الحاويات وسفن الحاويات والمستودعات والمصانع ومراكز الفرز ومحطات الشحن وما إلى ذلك ، ولكن أيضاً في أنظمة الحوسبة ومحلات السوبر ماركت وما إلى ذلك. يحقق الباحثون في مشكلة تكديس سلسلة من العناصر في مجموعة من الحزم المكدسة ذات السعة ، مع مراعاة قيود التراص. في كل سلع مكدسة ، يتم الوصول إلى العناصر بترتيب الوارد أولاً ثم الصادر. لذلك في وقت الاسترجاع ، يتطلب الحصول على أي عنصر سفلي إعادة خلط جميع العناصر العلوية التي تسد الطريق (تسمى عناصر الحظر). هذه التعديلات زائدة عن الحاجة ومكلفة. ويكمن التحدي في منع حدوث تعديلات لهذا الغرض ، يهدف الباحثين إلى تعيين العناصر لتقليل عدد عناصر الحظر فيما يتعلق بأمر الاسترجاع. يقدم الباحثين بعض التحليلات الرياضية حول جدوى هذه المشكلة والحدود الدنيا. الى جانب ذلك ، يقدمون نموذجاً رياضياً. تم تقديم نموذج رياضي وإطار إرشادي من خطوتين. توضح تطبيقات هذه النماذج والإطار الإرشادي في عملية مناولة البضائع الحقيقية في ميناء آسيوي. تظهر النتائج التجريبية على

السيناريوهات الحقيقية أن النموذج المقترح يمكن أن يلغي جميع التعديلات تقريباً ، وبالتالي يقلل من عدد انتهاكات التراص من 62.6% إلى 0.9%.

- دراسة (Cheng, 2015)

يهدف تعزيز النقل اللوجستي في إخلاء البضائع المكدسة ،لم يكن يوجد تحليل نظري كامل وفعال لهذه المسألة. فمن خلال تحليل التغييرات في البيانات اللوجستية ، يتم أخذ السلع المكدسة الضخمة للبضائع كأساس ، لمواصلة نموذج التحليل. يتم استخدام خوارزمية الحد الأقصى المحسن كأساس نظري لإنشاء النموذج ، ويتم أخذ نتائج ربح مشروع مبيعات السلع كمثال بعد تحسين مسار سلسلة التوريد اللوجستية ، إلى نموذج ربح توزيع المدخلات لإجراء التحليل. بعد تحسين المسار اللوجستي في المنطقة الخاصة ، يتم تحديد توزيع المنتجات. تظهر النتائج التجريبية أن مستوى مبيعات السوق ومعدل الحصة السوقية والتغيرات في معدل نمو الأرباح، التي وصفها الباحث في النموذج المقترح ، والنموذج اظهر ان له قيمة تطبيق أعلى.

الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

تناولت الدراسات السابقة طرق إدارة المخازن وتنظيمها وأثرها على تسهيل وسرعة توفر المعلومات عن المخزون الحالي الذي يؤثر على قرارات الاسعار والحملات الترويجية وقد يؤثر على جودة المواد المخزنة أيضا.

بينما إقتصرت الدراسة المتناولة على تأثير حجم المخزون على هوامش الربح وحجم المبيعات وقرارات التسعير وتأثير المنافسة على مصلحة العميل.

الفصل الثالث
منهجية الدراسة

-مقدمة-

في هذا الفصل, سيتم استعراض المنهجية والاجراءات المتبعة في البحث. والتي تشمل المجتمع والعينة المستهدفة من الدراسة, بالاضافة الى ادوات تحليل وجمع البيانات.

-المنهجية وطرق البحث-

تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي, لملائمته هذه الدراسة. حيث تم جمع البيانات على شكل استبيان وبطريقة عشوائية من المؤسسات المتواجدة في الرياض, المملكة العربية السعودية.

تم وضع البيانات في جداول توضح النسب المئوية للتكرارات .

-مجتمع البحث-

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من المناديب ذوي الخبرة في الشركات والمؤسسات بمنطقة الرياض, المملكة العربية السعودية.

-حدود البحث-

تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث. وهم المناديب العاملين بقسم المبيعات لبعض المؤسسات في منطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية. حيث تم استخدام الاستبيان الالكتروني (Google form) ومن ثم ارسال رابط الكتروني الى العينات المستهدفة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. تم جمع البيانات بالاستبيان الالكتروني ونقلها الى ملف التحليل (Excel Sheet) لتسهيل عملية تحويلها الى برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) وذلك لحساب النسب المئوية الصحيحة والنسب المئوية التراكمية , ومن ثم عرضها بطريقة مرئية توضح اراء العينات.

وقد كان توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية كما يلي:

جدول رقم (1-1): توزيع العينة حسب الخصائص الديموغرافية (الفئة العمرية – عدد سنوات الخبرة – نوع البضاعة)

المتغير	نسبة التكرار
الفئة العمرية	30 سنة او اقل 11.5%
	31 سنة الى 50 80.8%
	51 سنة فما فوق 7.7%
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات او اقل 11.5%
	6 سنوات الى 10 15.4%
	11 سنة فما فوق 73.1%
نوع البضاعة	تموينات غذائية 7.7%
	منتجات بلاستيكية 57.7%
	ملابس 11.5%
	اخرى 23.1%

أداة البحث:

تم اختيار اسلوب الاستبيان لسهولة وسرعة مشاركته.

خطوات إعداد أداة البحث:

الخطوة الأولى: قام الباحث بتحديد الهدف الرئيسي للبحث وهو تأثير تكديس البضائع والسلع على حجم المبيعات والهامش ربح التجار والمستثمرين.

الخطوة الثانية: تحديد مجال قياس أداة البحث:

- العمر
- الخبرة
- نوع البضاعة

الخطوة الثالثة: صياغة عبارات الاستبيان بشكل مبسط.

الخطوة الرابعة: إخراج الاستبانة في صورتها النهائية.

الفصل الرابع

النتائج والتوصيات

-مقدمة:

في هذا الفصل سيتم استعراض نتائج البحث التي تم جمعها بواسطة الاستبيان وذلك من اجل الاجابة على التساؤلات المطروحة في الدراسة. بالاضافة الى عرض النسب المئوية للموافقة او عدم الموافقة على الاسئلة المطروحة.

-تحليل البيانات:

في الصورة رقم (1-1) التي تم اخذها من برنامج ال (Spss) نستعرض الاجابة على السؤال التالي : يؤثر تكدس البضائع وكثرة المنافسين في الاسواق على حجم المبيعات؟

VAR00001				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	13	44.8	44.8	55.2
اوافق بشدة	12	41.4	41.4	96.6
محايد	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (1-1)

بناءً على الصورة رقم (1-1) أعلاه, يتبين أن نسبة الاستجابات الصحيحة تمثل 100%, وذلك بنسبة موافقة اكبر (44.8%) و (41.4%) على اجابة السؤال المطروح, مما يشير الى ان تكدس البضائع وكثرة المنافسين في الاسواق يؤثر بشدة على حجم المبيعات بنسبة تراكمية (55.2%) و (96.6%) على التوالي.

الصورة رقم (2-1) تستعرض الاجابة على السؤال التالي : ينصب توفر المنتجات بشكل كبير في الأسواق في مصلحة العملاء؟

VAR00002				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	16	55.2	55.2	65.5

اوافق بشدة	8	27.6	27.6	93.1
محايد	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (2-1)

نلاحظ في صورة رقم (2-1) ان الاجابة على هذا التساؤل انصب كذلك على مصلحة العملاء عند توفر المنتجات بشكل كبير في الاسواق حسب استجابات المشتركين وذلك بنسبة (55.2%) و (27.6%) بنتيجة الموافقة, بينما تبقى (6.9%) في صفوف الحياد عن الاجابة.

وفي الصورة رقم (3-1) نعرض فيها الاجابة على السؤال التالي : يزيد تكديس البضائع من القوى الشرائية؟

VAR00003

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	7	24.1	24.1	34.5
بشدة اوافق	3	10.3	10.3	44.8
اوافق لا	7	24.1	24.1	69.0
اوافق لا بشدة	3	10.3	10.3	79.3
محايد	6	20.7	20.7	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (3-1)

من الملاحظ في الصورة رقم (3-1) ان هنالك قصور في الاجابة على هذا السؤال, حيث لم يتم الاجابة عليه من معظم المشتركين, ولكن كان هنالك تساوي في نسب الاجابات بين الموافقة أو عدم الموافقة (24.1%) و (10.3%) على التوالي, بينما انضم (20.7%) الى صفوف الحياد, كما نلاحظ ايضاً ان النسب التراكمية لنفس النسب المتساوية قد اختلفت كما في الجدول السابق, وهذا يعني ان اختلاف القوى الشرائية للعملاء قد يزيد اثره او ينقص عند تكديس البضائع او عدمها.

نتابع تحليل مع الصورة رقم (4-1) والتي يرد فيها اجابة عن السؤال التالي:
يساهم تكديس البضائع في منح عروض للمستهلكين؟

VAR00004				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	14	48.3	48.3	58.6
بشدة اوافق	10	34.5	34.5	93.1
اوافق لا	1	3.4	3.4	96.6
اوافق لا بشدة	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (4-1)

تم الاجابة بوضوح على هذا التساؤل, حيث بلغت نسبة الموافقة عليه (8.82%) بينما كانت نسبة عدم الموافقة على ان تكديس البضائع لا يؤدي الى منح عروض للمستهلكين هي (6.8%)

وفي الاجابة على السؤال التالي: يقلل كثرة المنافسين من هامش الربح؟
نستعرض الصورة رقم (5-1)

VAR00005				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	11	37.9	37.9	48.3
اوافق بشدة	10	34.5	34.5	82.8
اوافق لا	2	6.9	6.9	89.7

محايد	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (5-1)

بناءً على ما تم عرضه اعلاه, نجد ان (34.5%) و (37.9%) من المشتركين يرون ان كثرة المنافسين يقلل من هامش الربح, بينما ترجح (6.9%) و (10.3%) من المشتركين بين عدم الموافقة والحياد على التوالي.

نستمر في تحليل الاجابات في الصورة رقم (6-1) والتي استجاب لها المشتركين على النحو التالي: يؤثر حجم البضائع في الأسواق على مقدار العروض؟

VAR00006

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
او افق	15	51.7	51.7	62.1
او افق بشدة	5	17.2	17.2	79.3
او افق لا	2	6.9	6.9	86.2
محايد	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

د=ج-ج-د

صورة رقم (6-1)

نرى في الصورة رقم (6-1) ان اجمالي الموافقة على تأثير حجم البضاعة في الاسواق يؤثر على مقدار العروض اكبر بكثير من عدم موافقة المشتركين على هذا التساؤل, وذلك بنسبة تراكمية تعادل (79.3%).

واخيراً نستعرض الصورة رقم (7-1) والتي تم فيها الجواب على التساؤل التالي: يؤثر كثرة المنافسين على جودة المنتجات والسلع سلباً؟

VAR00007

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10.3	10.3	10.3
اوافق	8	27.6	27.6	37.9
بشدة اوافق	9	31.0	31.0	69.0
اوافق لا	4	13.8	13.8	82.8
اوافق لا بشدة	1	3.4	3.4	86.2
محايد	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

صورة رقم (7-1)

بناءً على الصورة رقم (7-1) فقد اختلفت نسب الموافقة وعدمها ونسبة الحياد بشكل متفاوت, بلغ (27.6%) و (31%) في الموافقة و الموافقة بشدة على ان كثرة المنافسين تؤثر سلباً على جودة المنتجات والسلع, بينما كان رأي المشتركين بالتساوي في عدم الموافقة والحياد هو (13.8%), أما عدم الموافقة بشدة فكان بنسبة (3.4%).

النتائج

ما توصلت اليه هذه الدراسة هو كما يلي:

- يؤثر تكدس البضائع وكثرة المنافسين في الأسواق على حجم المبيعات.
- ينصب توفر المنتجات بشكل كبير في الأسواق في مصلحة العملاء.
- قد يزيد أو يقلل تكدس البضائع من القوى الشرائية وذلك حسب نوع العملاء والمنتج المعروض.

- يساهم تكدس البضائع في منح عروض للمستهلكين.
- يقلل كثرة المنافسين من هامش الربح لدى التجار.
- يؤثر حجم البضائع في الأسواق على مقدار العروض
- يؤثر كثرة المنافسين على جودة المنتجات والسلع سلباً.

-التوصيات

- ينصح بإجراء دراسة أكثر عمقا عن تأثير المخزون الكبير على عروض المبيعات وقت المواسم والأعياد.

المراجع

-المراجع العربية

- علي عمر العمودي. (2024). تأثير ضغط الجدول الزمني على أداء المشروع : بالتطبيق على المشاريع الانشائية في منطقة الرياض. تأثير ضغط الجدول الزمني على أداء المشروع - علي عمر العمودي (.pdf1).
- خميس ميلاد عبدالله الذيرري. (2023). ادارة المخازن وتأثرها بالنظم معلومات الادارية دراسة تحليلية علي المؤسسة الوطنية للسلع التموينية منطقة الوسطي. مجلة التربوي. إدارة المخازن وتأثرها بالنظم معلومات الادارية دراسة تحليلية علي المؤسسة الوطنية للسلع التموينية منطقة الوسطي

-المراجع الأجنبية

- Charly Lersteau; Trung Thanh Nguyen; Tri Thanh Le; Ha Nam Nguyen; Weiming Shen. (2015). Solving the Problem of Stacking Goods: Mathematical Model,

Heuristics and a Case Study in Container Stacking in Ports. IEEE.

[Solving the Problem of Stacking Goods: Mathematical Model, Heuristics and a Case Study in Container Stacking in Ports | IEEE Journals & Magazine | IEEE Xplore](#)

- Cheng, B. (2015). Analysis model of logistics supply chain factors in large-scale stacking goods. Proceedings of the 2015 International Conference on Automation, Mechanical Control and Computational Engineering.

[Analysis model of logistics supply chain factors in large-scale stacking goods | Atlantis Press](#)

الملاحق

هنا سيتم عرض الاستبيان الذي تم توزيعه على مجتمع الدراسة.

-الاستبانة

الفئة العمرية	
☐	30 سنة او اقل
☐	31 سنة الى 50
☐	51 سنة فما فوق

عدد سنوات الخبرة

☐

5 سنوات او اقل

☐

6 سنوات الى 10

☐

11 سنة فما فوق

نوع البضاعة

☐

تموينات غذائية

☐

منتجات بلاستيكية

☐

ملابس

☐

اخرى

يؤثر تكديس البضائع وكثرة المنافسين في الاسواق على حجم المبيعات

☐

اوافق بشدة

☐

اوافق

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

...

ينصب توفر المنتجات بشكل كبير في الأسواق في مصلحة العملاء

☐

اوافق

☐

اوافق بشدة

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

يزيد تكديس البضائع من القوى الشرائية

☐

اوافق بشدة

☐

اوافق

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

يساهم تكديس البضائع في منح عروض للمستهلكين

☐

اوافق بشدة

☐

اوافق

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

يقلل كثرة المنافسين من هامش الربح

☐

اوافق

☐

اوافق بشدة

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

يؤثر حجم البضائع في الأسواق على مقدار العروض

☐

اوافق

☐

اوافق بشدة

☐

محايد

☐

لا اوافق

☐

لا اوافق بشدة

يؤثر كثرة المنافسين على جودة المنتجات والسلع سلبي



☒ Multiple choice

☐

اوافق

×

☐

اوافق بشدة

×

☐

محايد

×

☐

لا اوافق

×

☐

لا اوافق بشدة

×

الشكر والتقدير لكل من ساهم وأعانني في هذا الأستبيان

Abstract الملخص

This study aims to analyze and know the impact of the availability of local and imported goods on sales and profit margin of traders and investors in Riyadh, Saudi Arabia. Entering new markets full of similar goods is a concern for most traders and investors due to the fierce competition that affects sales volume and profit margin. The study relied on the descriptive analytical approach and the use of the questionnaire model as a tool for collecting data. The questionnaire was distributed to a number of traders and sales representatives in plastic companies and factories.

Midocean University

College of Management

Master of business administration

Title in English

The impact of the accumulation of goods in the markets on
the sales and profit margin of traders and investors in the city
of Riyadh

Prepared by:

Omar Kamal Alzain

Academic number

241001627

Supervised by:

Dr. Alfaisal Abdelhameed Mohamed

Dr. Fayez Ali Jrad

Year:2024