

ملحق خاص بالمجلة

الامتياز التجاري Franchise

ملحق أغسطس - سبتمبر 2017

اتفاقية مرابحة بين
«فواز الحكير» و
«الراجحي» بقيمة

1.25

مليار ريال

139.68

مليار ريال

قيمة أقوى

20 علامة

تجارية سعودية

1.755

مليار ريال

تبرعات لـ 14
جمعية خيرية
تعني بالأطفال

متى يفشل
الفرنشايز؟

متعب البدران :

السعودية الأولى في الشرق الأوسط
بـ 15 ألف امتياز تجاري

اتفاقية مرابحة بين «فواز الحكير» و«الراجحي» بقيمة 1.25 مليار ريال



وقعت شركة فواز عبد العزيز الحكير السعودية -أكبر شركة مدرجة بقطاع التجزئة السعودي من حيث القيمة السوقية- اتفاقية مرابحة مدتها 7 سنوات مع مصرف الراجحي بقيمة 1.25 مليار ريال (333.3 مليون دولار)؛ لسداد جميع قروض الشركة قصيرة الأجل، على أن تسدد الشركة قيمة الاتفاقية تدريجياً كل ستة أشهر. وتعمل الحكير في تجارة التجزئة والجملة لمجموعة كبيرة من العلامات التجارية العالمية للملابس الجاهزة والأقمشة والأحذية والعلطور والنظارات والأثاث المنزلي، وتمتلك أكثر من 70 علامة تجارية متعلقة بملابس الطبقة الوسطى في السعودية. تأسست «فواز الحكير» عام 1990 وتعمل في كل من: السعودية، ومصر، والأردن، وكازاخستان، والمغرب، والجزائر.

بـ 15 مليار دولار: غرفة الشرقية: 50 % من سوق الفرانشايز في الشرق الأوسط بالمملكة

والعاملين بنظم الفرانشايز، والراغبين في دخول عالم الأعمال الحرة. ولفتت إلى تاريخ صناعة الفرانشايز في المملكة مر بالعديد من المراحل، بداية من الاستيراد في أواخر السبعينات وأوائل الثمانينات، ثم مرحلة التوسع بعد حرب الكويت عام 1991 وزيادة معدل الاستيراد، وبلوغ عدد الشركات المحلية العاملة بالقطاع إلى نحو 250 شركة. وشهدت المرحلة التالية، بدء إطلاق بعض الشركات السعودية لمنح الفرانشايز إلى مختلف البلدان، ثم تلتها المرحلة التي تشهدها المملكة الآن، والمتمثلة في توسيع صناعة الفرانشايز عبر دعم صناديق خدمة المجتمع لمشاريع ممنوحي الامتياز، كما من المقرر منح البنك السعودي للتسليف والادخار قروض مجزية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ومشاريع الامتياز التجاري. وحول الرؤية المستقبلية للقطاع، أشارت الغرفة إلى أن صناعة الامتياز التجاري في المملكة سوف تمر بمرحلة سن قوانين وأنظمة، ثم مرحلة تصدير الفرانشايز للخارج بعد زيادة عدد الشركات العاملة بالقطاع.



أكدت الغرفة التجارية للمنطقة الشرقية أن 22 شركة سعودية تصدر علامات تجارية حول العالم، منها واحدة بلغ عدد امتيازاتها الممنوحة في العديد من البلدان نحو 700 امتياز؛ لتصبح المملكة تستحوذ على 50 % من سوق الفرانشايز في الشرق الأوسط، بقيمة إجمالية تبلغ 15 مليار دولار.

وأوضحت الغرفة في مجلتها الصادرة عن شهر أغسطس -تحت عنوان «سوق واعدة للاستثمار في الفرانشايز»-، احتمالية كبيرة لمزيد من النمو في ظل رؤية 2030، الداعمة للمستثمرين

الاقتصادية المحلية ورفع جودتها، ومن ثم توفير مزيد من فرص العمل في مختلف القطاعات.

وعلى صعيد الاستثمار، تعني المبادرات بحصر الفرص الاستثمارية المحلية؛ الحكومية، والخاصة، ثم عرضها على المهتمين في قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة لزيادة مشاركة هذه المنشآت في الناتج المحلي ورفعها إلى 35 % بحلول عام 2030.

وتهدف المبادرات إلى تأسيس مجمع لريادة الأعمال في مدينة الملك عبدالله الاقتصادية؛ لتوفير بيئة عمل احترافية لرواد الأعمال، فضلاً عن تعزيز الابتكار عبر نظام اقتصادي محفز وبنية تحتية بمعايير عالمية.

«مجوهرات الفردان» تضيف «بلانبان» إلى علاماتها التجارية

أطلقت هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة - ضمن برنامج التنمية الاقتصادية- 13 مبادرة تستهدف تنمية قطاع الفرانشايز في المملكة؛ عبر زيادة عدد الشركات الوطنية المالكة للفرانشايز إلى أكثر من 5%، وزيادة مساهمة الفرانشايز السعودي لأكثر من 0.03% من إجمالي الناتج المحلي، فضلاً عن زيادة عدد فرص العمل بالقطاع لتصل إلى أكثر من 250 ألف وظيفة.

تهدف المبادرات الجديدة إلى القضاء على التستر التجاري، وتطوير الأنشطة والمنتجات



Request a Consultation

+965 2202 4104



Francorp[®]
The Franchising Leader

متعب البدران : السعودية الأولى في الشرق الأوسط بـ 15 ألف امتياز تجاري

تأسس المركز الخليجي لحقوق الامتياز (وكيل) عام 2015؛ كأحد المراكز المعتمد من المنظمة العالمية لحقوق الامتياز IFA، بهدف تقديم الاستشارات المتخصصة في مجال الامتياز التجاري والاستشارات الإدارية، ما يعد دعماً حقيقياً لقطاع الفرنشايز في المملكة ودول مجلس التعاون الخليجي، وخدمة رواد الأعمال والمستثمرين في هذا القطاع الحيوي، ومن خلال هذا الحوار نتعرف على هذا المركز وأهم خدماته ونتعرف على رؤى مؤسسه متعب البدران لواقع ومستقبل الفرنشايز في المملكة....

نود التعرف على المركز الخليجي لحقوق الامتياز (وكيل) وأهدافه؟

يهدف المركز إلى تثقيف وتوعية المستثمرين ورواد الأعمال في المملكة والخليج حول الامتياز التجاري (الفرنشايز)، ومساعدتهم على الاستثمار فيه، ومساعدة العلامات التجارية المحلية الناجحة لتصبح مانحة للفرنشايز عبر نخبه من أفضل المستشارين والمحامين المتخصصين في هذا المجال.

وماذا عن أنشطة المركز وخدماته؟

تستهدف خدماتنا المانح والممنوح؛ أما أنشطتنا فتركز على ربط المستثمرين ورواد الأعمال بالشركات المعروضة في موقع «وكيل» مجاناً، كما توفر برنامجاً شاملاً لتطوير الفرنشايز هدفه تطوير الشركات لتصبح قادرة على منح الفرنشايز، والتوسع والانتشار محلياً وخارجياً بشكل فعال وناجح على يد الخبير البريطاني إيوان فريزر وفريق عمل «وكيل»، علاوة على صياغة ومراجعة عقود الفرنشايز، وإيجاد أفضل الفرص لعملائنا، مع إعداد دراسات الجدوى والبحوث السوقية، والتمثيل والتفاوض، وتسويق فرص الفرنشايز.

ركيزة اقتصادية

ما أهمية الفرنشايز للاقتصاد الوطني؟

يعد الفرنشايز من أهم الركائز الاقتصادية للدول المتقدمة؛ لمساهمته في مساعدة أصحاب رؤوس الأموال على الاستثمار في مشاريع ناجحة، وتقديم منتجات وخدمات عالية الجودة؛ ما يساهم في خلق مزيد من الوظائف، وزيادة المنافسة بين الشركات لرفع جودة منتجاتها وخدماتها وتقديمها للمستهلك بأفضل الأسعار؛ إذ تشير التقارير إلى أن الفرنشايز شكل 2.5% من إجمالي الناتج المحلي الأمريكي لعام 2016، كما وفر أكثر من 7 ملايين وظيفة في الولايات المتحدة.

ويساعد الفرنشايز، الشركات المحلية على التوسع والانتشار محلياً وخارجياً دون الحاجة إلى الاستثمار أو الإدارة وزيادة عوائد

نحتاج إلى مؤسسة حكومية لتنظيم العمل ونشر الوعي وتمويل المشاريع

الشركات وقيمتها السوقية.

ومن أهم فوائد الفرنشايز للاقتصاد الوطني والشباب هو جلب التقنية والخبرات الأجنبية؛ ما يساهم في تطوير القطاع الخاص في شتى المجالات، وتطوير مهارات الكادر البشري الوطني الذي يتم تدريبه على يد مانحي الامتياز.

المرتبة الأولى

كيف تقيّم واقع الفرنشايز في المملكة؟

تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى في الشرق الأوسط في عدد الامتيازات التجارية بنحو 15 ألف امتياز تجاري؛ إذ تعد الامتيازات التجارية في المملكة أحد أكثر الطرق أماناً للاستثمارات وأكثرها نجاحاً. وهناك ممنوحو امتيازات سعوديون يعملون بطريقة أفضل مما يعمل بها المانح نفسه؛ ما يدل على إمكانيات ومهارات المستثمر السعودي في الإدارة والتطوير، والأمثلة على ذلك كثيرة. ويعتبر الخليج العربي عموماً، والسعودية خصوصاً أحد أهم المناطق الجغرافية لمانحي الفرنشايز في العالم.

البيئة الداعمة

وكيف ترون البيئة الداعمة للفرنشايز؟

هناك شح في دعم وتمويل الفرنشايز بالمملكة، سواء من القطاع الحكومي أو البنوك. ورغم جهود بنك التسليف والادخار السعودي في تمويل بعض المشاريع، ووجود حاضنات

أعمال تمول بعض مشاريع الفرنشايز، إلا أنه محدود جداً، ويحتاج للمضاعفة مرات ومرات. إننا نعاني من فقر في ثقافة الفرنشايز؛ لذا نحتاج لجهود في تثقيف وتوعية المجتمع، إضافة إلى ضعف مساعدة الشركات السعودية على منح الامتياز التجاري والإشراف عليه، وقلة تنظيم معارض الفرنشايز.

وهناك مشكلة كبرى تكمن في عدم وجود قوانين وتشريعات وأنظمة خاصة للفرنشايز لحفظ حقوق المانحين والممنوحين؛ وهو ما يراه أصحاب الشركات الأجنبية عائقاً يحول بينهم وبين دخولهم السوق السعودي؛ إذ يجب أن تكون هناك تشريعات منظمة للفرنشايز لضمان حقوقهم. ونتمنى إقرار قوانين وأنظمة في هذا المجال، وبالذات فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات، بعد أن طرحت وزارة التجارة مسودة لقانون الفرنشايز.

وبالرغم من ذلك، هناك تطور ملحوظ في الفترة الأخيرة في قيام الحكومة بدعم الفرنشايز وظهور العديد من المؤسسات والشركات والاستشاريين المتخصصين في مجال الامتياز التجاري، ونطمح للمزيد من الدعم لهذا المجال من جميع الجهات.

تحديات على الطريق

ما أهم التحديات التي تواجه مسيرة الفرنشايز في المملكة؟

هناك عدد من التحديات، أهمها: إقرار قانون الفرنشايز الذي أعلنت عنه وزارة التجارة؛ إذ يعد تطبيقه أحد أصعب التحديات في الفترة المقبلة.

تخوف بعض المستثمرين ورواد الأعمال من الفرنشايز لوجود التزامات مالية أكثر من مشاريع ريادة الأعمال up Start، رغم أن هذه الالتزامات ستكون أقل بكثير من الأضرار التي قد يواجهونها في حالة فشل المشروع.

توجه بعض الشركات إلى منح الفرنشايز دون استشارة المتخصصين؛ ما يعود بالضرر على الاسم التجاري و ممنوح الفرنشايز والعلامة التجارية السعودية.

عدم وجود تمويل ملحوظ لمشاريع الفرنشايز من قبل البنوك وحاضنات الأعمال.

المملكة من أهم المناطق الجغرافية لمانحي الفرنشايز في العالم

منظمة سعودية حكومية لحقوق الامتياز وما أهم الحلول من وجهة نظركم؟

أهم الحلول هو توجيه المزيد من الدعم من الحكومة والبنوك لقطاع الفرنشايز؛ وهو ما يتطلب تأسيس منظمة حكومية لحقوق الامتياز في المملكة، وتثقيف وتوعية المجتمع حول أهمية الفرنشايز وفوائده، وتنظيم المعارض والمؤتمرات، والمراقبة والإشراف على مانحي الامتياز، والتأكد من أنها صالحة لمنح الفرنشايز من جميع الجوانب، والتنسيق بين البنوك والراغبين في الحصول على امتيازات تجارية لتمويل مشاريعهم.

ما أهم ما يجب على المقدمين على مشروع فرنشايز؟

ينبغي على الراغبين في دخول مجال الفرنشايز، معرفة الفرنشايز وأنواع الرخص التي يمنحها المانح، وتقييم الفرنشايز المرغوب بسؤال ممنوحي الامتياز الآخرين في المناطق التي تم منح الامتياز فيها عن طريقة تعامل المانح، وأداء الفروع الممنوحة، ومدى فاعلية التدريب، والدعم المقدم من قبل المانح. وجودة المنتجات والخدمات المقدمة من الممنوحين، والاطلاع على تقاريرهم المالية، وعمل دراسة جدوى للفرنشايز بناء على السوق المحلية، وجعل المختصين يقومون بمراجعة عقد الفرنشايز قبل التوقيع.

مقومات النجاح

ما أهم مقومات نجاح مشاريع الفرنشايز؟

جودة المنتجات والخدمات المقدمة، والعلامة التجارية المعروفة، والمواقع المناسبة، وآلية التدريب والدعم من قبل مانح الامتياز، أن تكون دلائل التشغيل المقدمة للممنوح شاملة؛ وهي بمثابة كتاب إرشادات لإدارة وتشغيل المشروع يقدم من المانح للممنوح ومدى التزام الممنوحين بها.

ثم يأتي الممنوح المناسب الذي تكون لديه قدرات وإمكانيات وخبرات لإدارة وتشغيل وتطوير المشروع، والأهم هو العمل والمثابرة والاجتهاد الذي يتم من قبل الممنوحين قبل وبعد إطلاق المشروع.

ما المخاطر المباشرة التي قد يتعرض لها الممنوح؟ وما نصائحك للتغلب عليها؟

عدم مراجعة عقود الامتياز من الناحية الإدارية والقانونية؛ وهو ما يترتب عليه عقوبات في حال عدم الالتزام ببعض المعايير أو التزامات مخفية قد لا تظهر لغير المختصين، ونصح بالتعامل مع محامين ومختصين في مجال الامتياز التجاري قبل التوقيع.

عدم قدرة المانح على نقل المعرفة (how know) المطلوبة؛ ما يترتب عليه عدم قدرة الممنوح على تقديم منتجات وخدمات بنفس الجودة، ونصح بتجربة الفروع الممنوحة للمستثمرين في مناطق أخرى ومقابلتهم إن أمكن قبل التوقيع.

عدم تجديد العقد من قبل مانحي الامتياز لوجود ممنوحين أفضل من وجهة نظرهم، ونصح بالحصول على أكبر عدد ممكن من السنوات.

عدم ملاءمة المنتجات والخدمات للسوق المحلي، ونصح بعمل دراسات وبحوث سوقية للمنتجات والخدمات المقدمة.

إلزام الممنوح بعدد كبير من الفروع في السنوات الأولى في رخصة تطوير المنطقة أو الرخصة الحصرية؛ ما يترتب عليه سنوات أكثر لاستعادة رأس المال وتشتت الممنوح، ونصح بالاتفاق على عدد معقول من الفروع في السنوات الأولى.

نقص المهارات والخبرات المطلوبة لإدارة وتشغيل الفروع من قبل الممنوحين، ونصح بأن يكون الممنوح دقيقاً في جميع المعلومات المقدمة للمانح، وعدم إعطاء معلومات شخصية أو مهنية مغلوبة.

الفرنشايز ورؤية 2030

وكيف ترى مستقبل الفرنشايز في المملكة؟

أعتقد أنه بالرغم من الأزمة الاقتصادية المترتبة على انخفاض أسعار النفط، لكن بعد طرح رؤية ٢٠٣٠، والقرارات والإجراءات التي تقوم بها حكومتنا الرشيدة لتنمية اقتصاد المملكة، وإصلاح بنيته التحتية، وتنويع الاستثمارات، بدأ بالفعل أثرها الإيجابي على جميع الجوانب الاقتصادية، وليس الفرنشايز فقط.

وبالنسبة للفرنشايز فقد تم بالفعل وضع مسودة لقانونه، وفي انتظار إقراره من قبل وزارة التجارة، كذلك يزداد عدد الشركات والمكاتب والمستشارين المتخصصين في الفرنشايز في السنوات الأخيرة، وأصبح هناك وعي في الشارع عن مزايا وفوائد الفرنشايز. وهناك العديد من العلامات التجارية السعودية التي تم بالفعل منح حقوق امتيازها داخلياً وخارجياً، والتي حققت بالفعل الكثير من النجاحات، ونطمح إلى تحقيق المزيد من النجاحات مستقبلاً.

بم تنصح الشباب الراغب في الحصول على مشروع فرنشايز؟

أنصحهم بالبحث عن الفرص التي يستطيعون الإبداع فيها وتطويرها، والفرص التي يؤمنون تماماً بنجاحها، وأخذ النصح والاستشارة من المختصين في مجال الفرنشايز، وعدم التوقيع أو دفع أي مبلغ من رسوم الفرنشايز قبل التأكد من مبالغ الاستثمار الفعلية من قبل مانح الامتياز مباشرة، ومعرفة محتوى جميع الاتفاقيات والعقود ومعرفة المسؤوليات والالتزامات التي تقع على عاتقهم والمسؤوليات والالتزامات التي تقع على مانح الامتياز من تدريب ودعم قبل وبعد تشغيل المشروع، وأنصحهم بالعمل والاجتهاد وقراءة الكثير من المقالات والكتب حول الاستثمار والإدارة بشكل عام والفرنشايز بشكل خاص.

خدماتنا

- تأهيل و تطوير العلامات التجارية للعمل بنظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إدارة نظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد و إدارة برامج الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأسيس و إعداد الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأهيل و تطوير عمليات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- خدمة مستشار الإمتياز التجاري (الفرنشايز) القانونية و الإدارية
- تسويق علامات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد الدورات التدريبية في الإمتياز التجاري (الفرنشايز)

يقام معرض انطلاق وجذب الامتيازات التجارية Go Get Franchise Expo بمدينة الخبر، بمعارض الظهران الدولية من 8 إلى 10 مارس 2018، وهو من المعارض المهمة في هذا المجال الحيوي؛ لذا كان حوارنا مع عبير جليح؛ المدير التنفيذي لشركة الأبعاد الثلاثة المنظمة للمعرض الدولي لأعمال الفرنشايز السعودي؛ إذ تؤكد أن المعرض فرصة كبيرة لتوسيع العمل بنظام الامتياز التجاري في المملكة؛ حيث يجمع كل الشركات العاملة بهذا النظام وما يرتبط بها من مجالات، فما الهدف من المعرض، وما المتوقع من انعقاده؟...

عبير جليح:

المستقبل للعلامات التجارية العاملة بالفرنشايز خلال السنوات الـ 10 القادمة

ماذا عن مضمون المعرض السعودي الدولي لأعمال الفرنشايز "فوقيت فرنشايز" وآلية تنفيذه؟

تعود فكرة المعرض إلى الدكتور محمد بن دليم القحطاني؛ خبير الفرنشايز الدولي، كمبادرة تهدف إلى تمكين العلامات التجارية الوطنية والعربية من التوسع والنمو من خلال نموذج عمل الامتياز التجاري عالي الكفاءة والفعالية وفق المعايير الدولية، وتسهيل وصول المستثمرين، واستقطاب أفضل العلامات التجارية الأجنبية التي تحتاجها الأسواق العربية. يستهدف المعرض رواد الأعمال من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وملوك العلامات التجارية المتميزة المحلية والدولية، والمستثمرين المحليين والدوليين، والجهات الحكومية المعنية ممثلة بمنسوبيها، والغرف التجارية، ومنظمي المعارض المماثلة، والبنوك التجارية، وطلاب

كليات إدارة الأعمال، والإعلاميين.

ويقدم المعرض عدة خدمات تتمثل في تأجير المساحات، والدليل المرجعي، وبرنامج الرعايات، والشاشات الدعائية، وورش العمل. ويرعى المعرض إعلامياً، وكالة سواحل لإعلام ريادة الأعمال، متمثلة في مجلة "رواد الأعمال السعودية".

ما السبب وراء تسمية المعرض؟

يعبر المعرض عن رؤيتنا ورسالتنا وخطة عملنا في آن واحد، وتم اختيار اسمه؛ لاستقطاب العلامات التجارية التي تعمل بنظام الفرشائيز، سواء المحلية أو الأجنبية.

إلى أي مفهوم للامتياز التجاري "الفرشائيز" تميلين؟

أتفق مع تعريف الدكتور محمد بن دليم القحطاني، بأنه ذلك النشاط التجاري المتميز الذي يقدم منتجاً أو خدمة يستشعر معها الآخرون انفرادية التدوق والارتياح النفسي والخدمة العالية والسعر المنافس والموقع الاستراتيجي؛ ليتم "استنساخ" هذه التجربة الفريدة في أماكن متعددة من العالم محلياً ودولياً.

مستقبل الفرشائيز

كيف ترين مستقبل الفرشائيز في المملكة؟

أكدت دراسات عديدة أن المستقبل للعلامات التجارية التي تعمل بنظام الفرشائيز خلال السنوات العشر القادمة، وقد حان وقت قطاع التجزئة لأن يعمل بنموذج الفرشائيز الذي أثبت نجاحه في دول متقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وبريطانيا، وإيطاليا.

وفي السعودية أخذت الدولة زمام المبادرة من خلال وزارة التجارة وهيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، فعملت على وضع نظام للفرشائيز، سيخرج مكملاً قريباً. وتعد المملكة من الدول المهمة في مجال الفرشائيز، محلياً وإقليمياً، وتسعى لأن تنطلق علاماتها التجارية إلى الخارج عبر الفرشائيز؛ وذلك بتطبيق المعايير العالمية.

وهناك طموح بأن تتجاوز نسبة مشاركة الامتياز التجاري السعودي 6% بحلول عام 2030م مقارنة مع النسبة المتواضعة الآن وهي: 0,2% فقط.

أين سيقام المعرض ومتى؟

سيقام بالمنطقة الشرقية، مدينة الخبر بمعارض الظهران الدولية في الفترة ما بين 8 إلى 10 مارس 2018.

علامات تجارية

ما الذي سيدور بالمعرض؟

يجمع المعرض المهتمين في مكان واحد، ويقوم بعرض علامات تجارية أجنبية وأخرى محلية وعربية متميزة، ويضيف قيمة للاقتصاد السعودي، بجانب عمل ورش عمل متخصصة، وسندير منصة لعقد صفقات فورية بين العملاء، وتقديم المفاوضات المحترفين، والتغطيات الإعلامية.

فتح المجال أمام المستثمرين

ما هي أهداف المعرض؟

تتمثل أهداف المعرض في النهوض بصناعة الفرشائيز الوطنية والعربية حسب التوجه العالمي، وفتح المجال أمام المستثمرين لاختيار ما يناسبهم من علامات تضيف قيمة للاقتصاد الوطني، ومساعدة العلامات التجارية الوطنية والعربية للانتشار من خلال طرح نجاحاتها وتجاربها في المعرض، ونشر ثقافة الفرشائيز وطرح تجارب الدول العالمية في هذا المجال من خلال مشاركين دوليين، وتشجيع عقد لقاءات عمل بين ملاك العلامات التجارية والمستثمرين، وتنفيذ ورش عمل تخصصية في مجال أهم موضوعات الفرشائيز، بجانب عقد صفقات فرشائيز لعلامات دولية ومحلية.

كيف راودتكم فكرة إقامة هذا المعرض؟

أنا متابعه جيدة لمواقع التواصل الاجتماعي ومطلعة على إبداعات رواد الأعمال، فوقع عيني على ما يقدمه الدكتور محمد بن دليم القحطاني لقطاع الفرشائيز وما يبذله من جهود لتوجيه وإرشاد وتعليم رجال الأعمال المهتمين بهذا القطاع المتجدد والواعد، فتلورت لدي فكرة إقامة المعرض.

هل سيقام المعرض في مناطق أخرى؟

بلا شك، لدينا خطة استراتيجية لإقامة المعرض بشكله الاحترافي الذي يعكس مكانة المملكة داخل وخارج البلاد.

القيمة المضافة

ما القيمة المضافة من المعرض؟

هذا المعرض مهم لرواد الأعمال الذين يرغبون في البدء بمشروعاتهم التجاري في كافة القطاعات؛ ما يمثل لهم فرصة حقيقية للتعرف على كثير من الأفكار الإبداعية الأجنبية والعربية والمحلية، كما يتيح الفرصة لأصحاب المشاريع والشركات للتعرف على مفهوم الفرشائيز وما يمكن أن يقدمه كاستثمار ويدعم فكرة تحولهم للعمل بنظام الفرشائيز.

تطوير الفرشائيز

ما رأيكم في بيئة الأعمال في المملكة، وما الذي تحتاجه؟

تشهد بيئة الأعمال السعودية مخاضاً هائلاً وحركة منقطعة النظير في ظل تغيرات كبيرة على المستويين السياسي والاقتصادي. وانسجاماً مع هذا التوجه، تهتم المملكة بتطوير قطاع الفرشائيز؛ لتعزيز مساهمته في الناتج الإجمالي لاقتصاد المملكة بحيث تنتشر الأعمال السعودية الصغيرة والمتوسطة تحت مظلة الفرشائيز داخلياً وخارجياً؛ ما يعزز من الاقتصاد الوطني.

ما هي الجهات المتوقعة حضورها، وما هي الشخصيات التي ستشارك؟

نطمح إلى شمول صاحب السمو الملكي الأمير سعود بن نايف؛ أمير المنطقة الشرقية، المعرض برعايته الكريمة، كما دعونا الهيئة العامة للاستثمار، وهيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فأبدتا استعدادهما وترحيبهما بالمشاركة، كما سيحضر كثير من أصحاب الامتياز التجاري من مانحين وممنوحين.

هل من كلمة أخيرة؟

على كل من يرغب في الدخول إلى عالم الأعمال، التفكير جدياً في الفرشائيز، سواء كان لهم أعمال حالية مميزة أو يرغبون في استقطاب علامة تجارية مميزة من الخارج؛ لأن الفرشائيز هو حصيلة تجارب ومعرفة الصواب والخطأ، فتخيل حجم التقدم الذي سوف تكون فيه الأعمال إذا كانت تعمل بنظام الفرشائيز، خاصة وأن الأخطاء ستكون أقل، والأرباح أعلى.



د. محمد بن دليم القحطاني
خبير عالمي في الفرنشايز

متى يفشل الفرنشايز؟

قبل أن نقف على مسببات فشل الفرنشايز، لابد لنا من وقفة حول مسببات فشل ظهور العلامات التجارية وانتشارها بالشكل الصحيح، والمتمثلة في الآتي:

7

ضعف إدارة العلامة
التجارية

1

غياب الرؤية والرسالة
والأهداف

6

غياب الدعاية والإعلان
بالشكل الصحيح

2

ارتفاع أسعار السلع/
الخدمات

5

قلة المتذوقين بسبب
غياب تنوع المنتجات

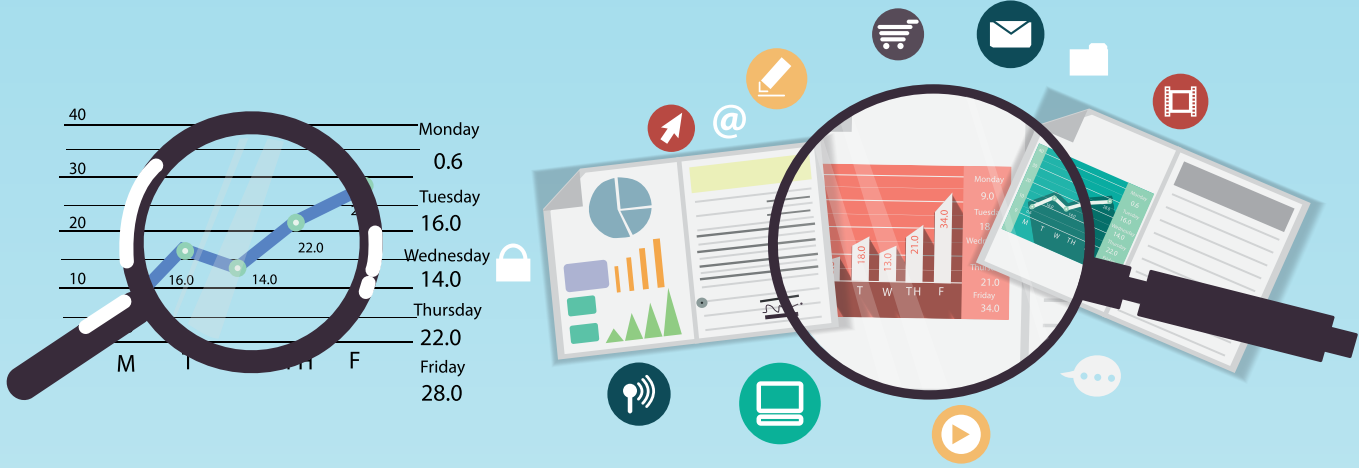
3

عدم وجود مبدأ استمرارية
العملاء

4

غياب الإمداد المبرمج تقنيًا
ولوجيستيًا

كل هذه الأسباب ترهق عاتق علامتنا التجارية؛ ما يجعلها تتخبط بين الطموح تارة، وبين براثن الفشل تارة أخرى. فالطموح الذي تنشده معظم علامتنا التجارية، والذي ترى أنها ستنمو وتنتشر من خلاله، بل وتكسب فضول المستثمرين لخوض التجربة نفسها، هو التحول إلى نظام الفرنشايز والبحث عن أسواق أخرى محلياً وإقليمياً أو دولياً، ثم تسير وتفشل في نظام الفرنشايز لعدة أسباب، تشمل:



1. غياب أو ضعف دليل التشغيل لدى المانح.
2. انقطاع تحديث قائمة المنتجات والخدمات بشكل مستمر من جانب المانح.
3. غياب الاتفاق بين المانح والممنوح على صرف نسبة التسويق المتفق عليها والتي تمثل غالباً 2 % من حجم المبيعات لحمات الدعاية والإعلان المحلية، مع تحمل المانح مسؤولية الدعاية والإعلان عالمياً.
4. غياب التخطيط المالي الصحيح لدى الممنوح، واعتماده على التخطيط المالي للمانح والذي يعتمد عادةً على ظروف غير مناسبة للممنوح.
5. عدم مراعاة ما يعرف بثقافة الطعام حسب اختلاف الدول من جانب المانح.
6. غياب التدريب الهادف والموجه من جانب المانح.
7. فتور العلاقة بين المانح والممنوح.
8. غياب الاستعداد الذهني والفكري من جانب الممنوح.
9. غياب العمل المؤسسي الذي يحتضن أهم الإدارات من جانب المانح والممنوح.
10. عدم فهم ثقافة الفرنشايز بالشكل الصحيح من جانب المانح بنسبة 100 % ومن جانب الممنوح بنسبة لا تقل عن 50 %.
11. غياب الطموح في التوسع والنمو من جانب المانح والممنوح.
12. عدم التقيد بشروط الجودة مع مرور الوقت من جانب الممنوح وغياب الرقابة من المانح في الوقت نفسه.

وهنا يستمر مسلسل فشل الطموحات لتجد علامتنا التجارية نفسها وقد تجاوزها قطار التطور والازدهار لتبحث عن الحل، فلا تجده سوى في المربع الأول (مربع المنطق والطموح) الذي يفترض أن تبني نفسها من خلاله، وهو ما سوف نناقشه معكم في المقال القادم بإذن الله.

ماكدونالدز السعودية.. والمسؤولية الاجتماعية:



وتفخر شركة الرياض العالمية للأغذية بتقديم خدماتها لعملائها منذ عام 1993 في المناطق الوسطى والشرقية والشمالية من المملكة؛ إذ حرصت على مدار السنوات الماضية على مواكبة نمو المنطقة التي تعمل فيها، مع تقديم منتجات تتمتع بمعايير جودة وسلامة المواد الغذائية لعملائها في كل مرة يزورون فيها مطاعم "ماك" بالمملكة. وتعد شركة الرياض العالمية للأغذية هي صاحبة حق الامتياز لـ ماكدونالدز في المناطق الوسطى والشرقية والشمالية في المملكة العربية السعودية، برئاسة سمو الأمير مشعل بن خالد آل سعود.

162 ← 5607

مملوكة محلياً:

تمتلك ماكدونالدز في المملكة مطاعماً في مواقع جغرافية استراتيجية، ويضم طاقم عملها أكثر من 5607 موظفين يقدمون الخدمة المميزة لعملائها في المناطق الوسطى والشرقية والشمالية من المملكة. وتلتزم ماكدونالدز السعودية، بضمان الجودة العالية لمنتجاتها في كافة مطاعمها، وتحرص على تبني باقة شاملة من المبادرات الاجتماعية.

مسؤولية اجتماعية:

وقد قطعت الشركة شوطاً طويلاً منذ بداية عملها في السعودية، حرصت خلالها على توطيد الأواصر مع المجتمع، فنجحت في احتلال مكانة بارزة على مستوى المملكة، وأصبحت عضواً فاعلاً في المجتمع من خلال مجموعة مبادرات اجتماعية.

لم تكتفِ ماكدونالدز "السعودية" فقط بتقديم الطعام الشهي عبر مجموعة مطاعمها على مستوى العالم، بل أصبحت شريكاً في التنمية وصناعة الحدث وإمتاع جمهورها في كل مكان. تقدم مطاعم ماكدونالدز السعودية - من خلال امتيازها التجاري الذي يغطي جل المملكة - تضامناً مختلفاً من حيث الجودة والمشاركة على مستوى المجتمع السعودي، فتجد جميع مطاعم ماكدونالدز في المملكة بالمناطق الشمالية والشرقية والوسطى مملوكة ومدارة وطنياً 100%؛ حيث تُتخذ كافة القرارات التجارية محلياً، وتستثمر عائداتها في الاقتصاد المحلي، وليس في الخارج.



مطاعم ماكدونالدز بالمناطق الشمالية والشرقية والوسطى مملوكة وطنياً

وكجزء من سياستها المستدامة تجاه الأسماك، أعلنت الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي أنّ جميع أسماكها تأتي من مصادر تلتزم بممارسات صيد الأسماك المستدامة.

وفي تعليق على هذه التغييرات، قال موفّق كنجي؛ رئيس ماكدونالدز الشرق الأوسط وأفريقيا: " تؤكد التغييرات التي أعلنّا عنها مؤخراً على التزامنا بتقديم أحدث الابتكارات وأفضل التغييرات في مجال الأغذية؛ لتواصل دورها الريادي في الابتكارات الغذائية بدول مجلس التعاون الخليجي". مليون شخص تقدّم ماكدونالدز خدماتها لنحو 69 مليون شخص يومياً في أكثر من 34 ألف مطعم في 119 دولة؛ حيث تتألّف منتجاتها من مكونات عالية الجودة من المجموعات الغذائية الأربعة اللازمة لنظام غذائي متوازن، كما تؤمّن عدداً كبيراً من الفيتامينات الأساسية، والمعادن، والمغذيات الأخرى. وتلتزم ماكدونالدز بالجودة العالية والخدمة والنظافة والقيمة في كلّ جانب من جوانب أعمالها، علماً بأن جميع مطاعم ماكدونالدز في دول مجلس التعاون الخليجي مملوكة محلياً ويديرها رجال أعمال محليون.

تشغّل ماكدونالدز أكثر من 500 مطعم في دول مجلس التعاون الخليجي، وتم افتتاح أول مطعم لماكدونالدز في 8 ديسمبر 1993 في الرياض، المملكة العربية السعودية. 1.750 مليار ريال تبرعات

وفي إطار برامج المسؤولية الاجتماعية، تبرعت شركة الرياض العالمية للأغذية صاحبة حق امتياز ماكدونالدز في المناطق الوسطى والشرقية والشمالية من المملكة بكامل ريع حملة بيع الكتب الخيرية السنوية والتي بلغت 1.505 مليار ريال لصالح 9 جمعيات خيرية، بالإضافة إلى تبرع شركة علي رضا للخدمات الغذائية صاحبة حق الامتياز لسلسلة مطاعم ماكدونالدز في المنطقة الغربية والجنوبية بالمملكة بمبلغ 250 ألف ريال، ليصبح مجموع تبرعات ماكدونالدز السعودية 1.755 مليار ريال، لـ 14 جمعية خيرية تعنى بالأطفال.

الحملة الخيرية لبيع الكتب هي مبادرة سنوية تطلقها ماكدونالدز السعودية خلال شهر رمضان المبارك، وتهدف إلى بيع قصص قصيرة بسعر 10 ريالات للوحدة؛ ليعود ريع الحملة لصالح الجمعيات الخيرية.

وجدير بالذكر أن ماكدونالدز السعودية تمكنت في هذا العام 2017م من بيع ما 175,500 كتاب عبر أكثر من 250 مطعمًا؛ أي بزيادة 30 ألف كتاب عن العام الماضي.

وبهذه المناسبة قال سمو الأمير مشعل بن خالد آل سعود؛ الرئيس العام لشركة الرياض العالمية للأغذية: " نتقدم بالشكر الجزيل لكافة زبائننا الكرام الذين شاركوا في هذه الحملة الخيرية التي يعود ريعها بالكامل للجمعيات؛ إذ استطعنا هذا العام الوصول إلى نتيجة ممتازة وقياسية من خلال تفاعل عملائنا على شراء الكتب؛ حيث تأتي حملة الكتاب السنوية ضمن مبادرة "أجيالنا" وهي مظلة جامعة لكافة جهودنا في مجال المسؤولية الاجتماعية".

وقد عقدت العزم على متابعة تزويد عملائها بالمأكولات التي يحبونها، بطريقة سهلة وممتعة، والانخراط ضمن النسيج الاجتماعي للمملكة.

تجميل الأحياء

أطلقت شركة الرياض العالمية فعاليات ماكدونالدز لتحسين وتجميل الأحياء في العديد من مدن ومحافظات المملكة، وكانت باكورة الانطلاق من المنطقة الشرقية وبرعاية كريمة من الدكتور خليفة بن عبدالله السعيد؛ مساعد رئيس بلدية الخبر لشؤون الخدمات، وسعيد القحطاني مدير مكتب تعليم الخبر، وبالتعاون مع مركز حي الثقبه بمدينة الخبر؛ حيث قام عدد من طلاب المدارس المحيطة بالمشاركة بإزالة تشوهات الجدران وطلائها، بمشاركة عدد من موظفي ماكدونالدز. وقال الدكتور خليفة بن عبدالله: "نشكر ماكدونالدز السعودية على هذه المبادرة الرائعة التي تساهم في زرع الوعي بأهمية المحافظة على نظافة مملكتنا الحبيبة".

وفي مدينة الرياض، تم تجميل جدران الشارع المقابل لمدرسة الملك خالد المتوسطة للبنين بالتعاون مع مشرفي وطلاب المدرسة بحضور عبدالله بن سعد آل زعير؛ مدير المدرسة وعدد من المدرسين؛ حيث قام 60 طالباً بعملية طلاء الجدار المقابل للشارع العام.

تغييرات هامة

أعلنت ماكدونالدز في مايو الماضي، إطلاق تغييرات ملموسة على قائمتها- عبر دول مجلس التعاون الخليجي، في إطار حملة "نجد بأفضل كل يوم" - تتيح للمستهلكين الاستمتاع بمأكولات ذات قيمة غذائية أفضل، مع الحفاظ في الوقت عينه على مذاق الرائع لأطعمتهم المفضّلة مثل البطاطس المقلية، وماك تشيكن، وماك فيليه السمك، وغيرها.

بعد الإنجاز السابق الذي حققته ماكدونالدز في تخفيض نسبة الدهون المتحوّلة في أطعمتها المقلية حتى 0.01 %، أتت بنجاح عملية التحوّل إلى زيت الطهي الجديد الذي يشكّل مزيجاً من زيت دوار الشمس وزيت الكانولا في مطاعمها التي يفوق عددها 500 في دول مجلس التعاون الخليجي، وعبر كامل سلسلة التوريد الخاصة بها، وهي تركيبة أفضل للمستهلكين؛ لاحتوائها على 80 % أقل من الدهون المشبعة.

كذلك، خفضت ماكدونالدز محتوى الدهون في المايونيز الكلاسيكي؛ ليجتوي على سعرات حرارية أقل بنسبة 50 % دون تأثير على الطعم اللذيذ.

139.68 مليار ريال قيمة أقوى 20 علامة تجارية سعودية

رصد مؤشر "برانند ز.ت.م" - الجهة الأبرز في تقييم العلامات التجارية عالميًا- عشرين علامة تجارية سعودية، هي الأقوى لعام 2017م، بلغ إجمالي قيمتها 139.68 مليار ريال (37.248 مليار دولار). وكانت كلية الأمير محمد بن سلمان للإدارة وريادة الأعمال، قد أطلقت مؤخرًا مؤشرها السنوي لأقوى العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية خلال احتفال "مهرجان نكست" الذي أقيم بمدينة الملك عبدالله الاقتصادية شمال جدة. تمثلت العلامات التجارية السعودية الأقوى لعام 2017 وفقًا للمؤشر فيما يلي وفق القيمة بالدولار



749 مليون



1.352 مليار



478 مليون



1.309 مليار



6.589 مليار



473 مليون



1.142 مليار



5.569 مليار



449 مليون



1.082 مليار



4.887 مليار



372 مليون



969 مليون



3.964 مليار



344 مليون



905 مليون



2.929 مليار



339 مليون



847 مليون



2.500 مليار

Century 21

توصيف العمل:

Century 21 شركة عقارية ذات مسؤولية محدودة تمنح رخص فرنشايز لكبرى المؤسسات التي تختص بتجارة العقارات السكنية في العالم، كما تقوم بتوفير التدريب الشامل، والإدارة، والدعم الإداري والتسويق. ويتيح نظام الفرنشايز الممنوح من الشركة، الوساطة، والسمسة العقارية، مع تعريف وتحديد خدمات السمسرة والوساطة العقارية من وجهة محددة تحت اسم شركة Century 21.

منح الفرنشايز:

يتم منح الفرنشايز لشركات الوساطة العقارية القائمة، وللأفراد الراغبين في بدء أعمال الوساطة العقارية والسمسة؛ إذ يُحوّل نظام الفرنشايز، الجهة التي تم منحها الترخيص لتشغيل مكتب مبيعات عقاري باستخدام علامة Century 21 التجارية وعلامات تجارية أخرى، مع السماح باستخدام علامات الخدمة والتصاميم والشعارات والرموز التجارية الأخرى؛ من خلال نظام متطور يتضمن التسويق، وأدوات الإعلان، والتدريب، والإحالات العقارية، واتصالات الوساطة، وغيرها من البنود.

كذلك، تُقدّم رخص الفرنشايز للمكاتب العقارية في المدن الصغيرة، أو المناطق الريفية.

عرض الفرنشايز:

لا تلتزم Century 21 والشركات ذات الصلة، بتمويل الجهات الممنوحة حق الفرنشايز، لكن لها الحق في تقديم التمويل للممنوحين الفرنشايز بناء على عدة عوامل كالاحتياجات المادية للممنوح، والتاريخ الائتماني، والقدرة على السداد، والقيمة الصافية، والاستقرار، وكذلك حسب حاجة شركة Century 21 للتطوير في سوق الفرنشايز.

كذلك، لشركة Century 21 الحق في مطالبة الممنوح بتقديم البيانات المالية وعوائد الضرائب وغيرها من الوثائق، علماً بأنّ شروط أي تمويل مفتوحة للتفاوض بين الطرفين؛ إذ تُقدّم Century 21 أو الشركات ذات الصلة ثلاثة أنواع من التمويل على شكل سندات إذنية.

المنشأ:

الولايات المتحدة الأمريكية

تاريخ التأسيس:

1979

تاريخ رخصة الفرنشايز:

1979

المقرات:

بارسباني، ونيوجرسي

المجال:

رخص فرنشايز للعقارات

العدد التقريبي للوحدات:

6900 وحدة.