

# 03

## الأداء التشغيلي



24	عمليات الشركة في المملكة العربية السعودية
26	عمليات الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي
27	أداء فئات المنتجات وإدارة المحفظة
28	التجارة الإلكترونية وتكامل القنوات
29	سلسلة الإمداد والعمليات اللوجستية
30	الكوادر البشرية وبناء القدرات

## مقدمة:

يعكس الأداء التشغيلي للسيف غاليري خلال عام 2025 تحسناً في كفاءة نموذج الأعمال، مدعوماً بانضباط إدارة التشكيلة، وتنامي مساهمة العلامات المملوكة، وتحسن إدارة المخزون وسلسلة الإمداد. وقد انعكس ذلك في تحسن الهوامش الربحية ورفع كفاءة رأس المال العامل وتعزيز إنتاجية المعارض والقناة الرقمية.

# عمليات تجزئة المملكة العربية السعودية

## نظرة عامة على الأعمال

تمثل عمليات المملكة العربية السعودية الركن الأساسي لأعمال الشركة والمرجع التشغيلي لبقية الأسواق. ويرتكز النموذج على ثلاثة محاور: **العلامات المملوكة والحصريّة** للتحكم في المواصفات والجودة، و**التوريد المباشر من المصانع** لضبط التكاليف واستقرار الإمداد، و**شبكة 66 معرضاً** مدعومة بمنصة رقمية متكاملة. وخلال 2025م ركزت الشركة على موازنة المنتجات مع متطلبات السوق المحلية، والجدولة الموسمية للمشتريات لتعزيز توافر الأصناف، وتطوير خدمات ما بعد البيع بضمانات تمتد بين سنتين وثلاث سنوات مع توفير قطع الغيار.

## العلامات المملوكة وانضباط التشكيلة

تقود محفظة العلامات المملوكة نموذج أعمال الشركة، إذ تغطي إديسون الأجهزة المنزلية الصغيرة، وتورنادو وروبست وروكي أواني الطهي والحفظ، فضلاً عن فئات الترامس وأدوات الضيافة المرتبطة بمواسم الإهداء. وخلال 2025م نفذت الشركة برنامج انضباط التشكيلة بإضافة 2,000 وحدة تخزينية جديدة وإيقاف 6,000 وحدة تخزينية منخفضة الأداء، مما حسن كفاءة المخزون ورأس المال العامل وقلص معدلات المرتجعات بنحو 8% نسبياً في الفئات المحسنة. وتعزز الضمانات متعددة السنوات وتوافر قطع الغيار ثقة العملاء في العلامات المملوكة.

## تنفيذ شبكة المعارض والتسعير

تشكل شبكة المعارض الركن الجغرافي لنموذج أعمال الشركة، مدعومةً بمستودعات مركزية في الرياض ومركز تنفيذ في جدة. وتعمل المعارض وفق نماذج تشغيلية موحدة تشمل معايير العرض وخدمة العملاء، مع أدوات متابعة أداء تشغيلي لتقليل حالات نفاد المخزون في الفئات الأعلى طلباً. وتدار الأنشطة الترويجية وفق تقويم موسمي يركز على رمضان والعيد بما يحافظ على قيمة العلامات المملوكة. وترتبط المعارض بالمنصة الرقمية المركزية لتكامل خدمات الطلب والإرجاع والضمان، مع خيارات دفع متنوعة وتوصيل يتراوح بين 5-1 أيام داخل المملكة و10-5 أيام لأسواق دول المجلس.

## توزيع المعارض حسب المناطق الرئيسية

المنطقة	عدد المعارض	المدن الرئيسية
المنطقة الوسطى	25	الرياض (17)، الخرج (1)، المجمعة (1)، الزلفي (1)، بريدة (2)، الرس (1)، عنيزة (1)، الدوادمي (1)
المنطقة الغربية	18	جدة (7)، مكة المكرمة (3)، الطائف (2)، القنفذة (1)، المدينة المنورة (3)، ينبع (1)، الباحة (1)
المنطقة الشرقية	10	الدمام (2)، الأحساء (2)، الخبر (2)، الجبيل (1)، القطيف (1)، حفر الباطن (1)، الخفجي (1)
المنطقة الجنوبية	7	أبها (1)، خميس مشيط (1)، محايل عسير (1)، بيشة (1)، جازان (1)، صبيا (1)، نجران (1)
المنطقة الشمالية	6	حائل (2)، تبوك (1)، سكاكا (1)، القريات (1)، عرعر (1)
الإجمالي	66	

## إنتاجية المساحات البيعية

تعمل الشركة على تحسين إنتاجية المساحات داخل المعارض من خلال إدارة التشكيلة والتركيز على المنتجات الأعلى دوراناً، إلى جانب تحسين توزيع المنتجات داخل المتاجر. ويسهم هذا النهج في تحقيق استخدام أكثر كفاءة لمساحات العرض وتعزيز المبيعات لكل متر مربع ضمن شبكة المعارض.

## الأداء المالي لعمليات الشركة في المملكة العربية السعودية (2025)

المؤشر	2024	2025	التغير
الإيرادات (مليون ريال)	677.9	697.0	+2.8%
الحصة من إجمالي إيرادات الشركة	91.6%	91.9%	+20 نقطة أساس
إجمالي الربح (مليون ريال)	103.5	165.4	+58.3%
هامش إجمالي الربح	15.2%	23.7%	+ 810 نقطة أساس
الدخل التشغيلي (مليون ريال)	16.1	75.2	+425%
هامش الدخل التشغيلي	2.4%	10.8%	+ 750 نقطة أساس
معدل دوران المخزون	×1.5	×1.8	+20%
التدفقات من الأنشطة التشغيلية (مليون ريال)	186.8	67.4	-63.9%

## متوسط إيراد كل معرض داخل المملكة

البند - المؤشر	2024	2025	التغير
الإيرادات (مليون ريال)	677.9	697	+2.8%
عدد المعارض	66	66	--
متوسط الإيراد لكل معرض (مليون ريال)	10.2	10.6	+4.0%

### شرح التباينات الجوهرية (≤10%)

ارتفع هامش الربح الإجمالي بمقدار 810 نقطة أساس، كما ارتفع الربح الإجمالي بنسبة 60.4% على أساس سنوي، ويعزى ذلك إلى عدة عوامل رئيسية، من أبرزها:

- ارتفاع مساهمة العلامات التجارية المملوكة والحصرية من نحو 55% إلى نحو 62% من إجمالي المبيعات.
- تحسين إدارة محفظة المنتجات من خلال انضباط التشكيلة وتقليص التخفيضات غير المبررة.
- تحسن كفاءة العمليات اللوجستية وجدولة القوى العاملة.

كما ارتفع الربح التشغيلي بنسبة 368%، مدفوعاً مدفوعاً بتحسين الهوامش وزيادة الكفاءة التشغيلية الناتج عن نمو الإيرادات بنسبة 2.8% بالتزامن مع انضباط واضح في المصاريف التشغيلية.

## محاذاة رؤية المملكة 2030

تنسجم عمليات السيف غاليري في قطاع تجارة التجزئة في المملكة العربية السعودية مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتعزيز مساهمة القطاعات غير النفطية في النمو الاقتصادي. وفي هذا الإطار تسهم الشركة في تطوير قطاع التجزئة بوصفه أحد مكونات الاقتصاد غير النفطي.

كما تواصل الشركة التزامها بتوطين الوظائف من خلال زيادة مشاركة الكوادر الوطنية في مختلف مجالات العمل، بما يشمل الأدوار التشغيلية في المعارض إضافة إلى المناصب الإدارية والقيادية.



## الأداء المالي لعمليات دول مجلس التعاون الخليجي (2025)

المؤشر	2025	2024	التغير
إيرادات دول المجلس (مليون ريال)	61.9	53.7	+15.3%
الحصة من إجمالي الإيرادات	8.2%	7.3%	(90) نقطة أساس
عدد المعارض	7	7	لا يوجد تغيير

يعكس النمو في الإيرادات توسع الشركة التدريجي في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، حيث حافظت الشركة على عدد معارضها خارج السعودية في 2025 من العام الذي سبقه، في إطار التوسع الانتقائي في هذه الأسواق.



# عمليات التجزئة في دول مجلس التعاون الخليجي

## نظرة عامة ونموذج التشغيل

يُكمل حضور السيف غاليري في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي ريادتها في السوق السعودية، من خلال توسع انتقائي يستند إلى معايير جدوى واضحة، حيث تشترط الشركة تحقيق عائد على الاستثمار خلال فترة تتراوح بين 18 و24 شهراً عند افتتاح المعارض الجديدة.

ويعتمد التوسع في هذه الأسواق على نموذج تشغيل موحد مماثل للنموذج المطبق في المملكة العربية السعودية، يقوم على معارض بيع بالتجزئة تقدم تجربة استشارية للعملاء، مع التركيز على العلامات التجارية المملوكة والحصرية، إضافة إلى تطبيق معايير موحدة في مجالات الخدمة، والدفع والضمان والتوصيل.

كما ترتبط عمليات الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي بالمنصة الرقمية الموحدة للسيف غاليري، بما يتيح تكامل قنوات البيع بين المعارض والمنصات الإلكترونية.

وتعمل الشركة في أسواق دول المجلس وفق تشكيلات منتجات ومعايير خدمة وبروتوكولات ما بعد البيع مماثلة لتلك المعتمدة في المملكة، بما يضمن حصول العملاء على تجربة تسوق متسقة تشمل توفر المنتجات، وخيارات الدفع، وخدمات التوصيل، إضافة إلى دعم ما بعد البيع.

## توزيع معارض الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي

الدولة	عدد المعارض	المدن
الإمارات	3	عجمان، أبوظبي، العين
الكويت	2	الكويت
عُمان	1	مسقط
قطر	1	الدوحة
الإجمالي	7	4 دول

## الحملة الموسمية والمجموعات

أسهمت الحملات الموسمية والإصدارات المحدودة ومجموعات المنتجات الخاصة في دعم أداء الشركة خلال عام 2025، حيث ساعدت هذه المبادرات في استقطاب عملاء جدد وزيادة متوسط حجم السلة الشرائية وتعزيز الحركة داخل المعارض وعلى المنصات الرقمية.

### حملة رمضان:

ركزت على تعزيز حضور العلامة التجارية من خلال أنشطة ترويجية رقمية وداخل المعارض.

### حملة العيد:

ركزت على العروض الترويجية ومجموعات الإهداء، مدعومة بحملات تسويقية متعددة القنوات استهدفت زيادة معدلات التحويل عبر القنوات المادية والرقمية.

### أداء فئات المنتجات ومساهمتها في المبيعات (2025)

الفئة	الحصة من الإيرادات	النمو على أساس سنوي	هامش إجمالي الربح	العلامة التجارية / ملاحظات
أجهزة المطبخ الصغيرة	32%	+6.5%	28%	إديسون – محرك رئيس للهوامش
حافظات وأواني الطهي	21%	+3.0%	22%	روكي، تورنادو – فئة أساسية في المبيعات
ترامس وأدوات التقديم	18%	+4.0%	24%	طلب موسمي مرتبط بالضيافة والإهداء
أجهزة منزلية غير مطبخ	12%	-2.5%	20%	إعادة تركيز على الفئات الأعلى عائداً
القهوة وملحقاتها	8%	+12.0%	26%	نمو مدفوع بانتشار ثقافة القهوة
قطع الغيار	5%	+18.0%	40%	فئة ذات هامش مرتفع وأهمية تشغيلية
الأجهزة الكبيرة / المطابخ	4%	+85.0%*	18%	فئة ناشئة من قاعدة مبيعات محدودة
<b>الإجمالي</b>	<b>100%</b>	<b>+3.7%</b>	<b>23.5%</b>	-

\* يرجع ارتفاع مبيعات فئة الأجهزة الكبيرة بنسبة 85% إلى انطلاقها من قاعدة مبيعات منخفضة نسبياً بعد بدء طرح هذه الفئة بشكل محدود خلال عام 2024، وبالتالي لا يعكس هذا النمو بالضرورة اتجاهها مستقراً على المدى الطويل. وتواصل الشركة تقييم فرص التوسع في هذه الفئة وفق جاهزية عمليات التسليم والتركيب والصيانة وتوافر قطع الغيار.

## أداء فئات المنتجات وإدارة المحفظة

### نظرة عامة وانضباط المحفظة

ترتكز محفظة منتجات السيف غاليري على فئات الطهي والضيافة المنزلية، من خلال تشكيلة متنوعة تمكّن العملاء من تلبية احتياجات المطبخ والمنزل ضمن تجربة تسوق متكاملة.

وخلال عام 2025 نفذت الشركة برنامجاً منظماً لإدارة محفظة المنتجات بهدف تحسين كفاءة التشكيلة وتعزيز أداء الفئات الأعلى طلباً. وفي هذا الإطار أضافت الشركة نحو 2,000 وحدة تخزينية (SKU) لتحديث التشكيلة وتوسيع نطاق العرض، مقابل إيقاف نحو 6,000 وحدة تخزينية من الأصناف منخفضة الأداء ضمن برنامج لترشيد المحفظة.

وساهم هذا النهج في تحسين كفاءة إدارة المخزون وتوجيه رأس المال العامل ومساحات العرض في المعارض نحو المنتجات الأعلى دوراناً.

### إطار ضمان الجودة

خلال عام 2025 نفذت السيف غاليري عدداً من المبادرات الرامية إلى تعزيز جودة المنتجات المعروضة ضمن محفظتها. وشملت هذه المبادرات تطوير إطار ضمان الجودة وتحديث إجراءات اختبار المنتجات، إلى جانب تحسين معايير تقييم الموردين وتعزيز إجراءات ضبط الجودة عبر مختلف فئات المنتجات.

كما ركزت عمليات فحص المنتجات الواردة على الامتثال لمتطلبات السلامة ومعايير كفاءة الطاقة ومواصفات المتانة، مع إدارة حالات عدم المطابقة وفق إجراءات تصحيحية موثقة.



# التجارة الإلكترونية وتكامل القنوات

## نظرة عامة وترقية المنصة

تمثل القناة الرقمية للشركة (الموقع الإلكتروني وتطبيقات iOS و Android) جزءاً من نموذج البيع متعدد القنوات، حيث تعمل المنصة الإلكترونية كتجربة مكملة للمعارض وتتيح للعملاء الوصول إلى تشكيلة واسعة من المنتجات باللغتين العربية والإنجليزية، إلى جانب خدمات ما بعد البيع وخيارات التوصيل والدفع.

وترتبط المنصة الرقمية بأنظمة المخزون والمعارض في وقت فعلي، بما يتيح رؤية موحدة للمخزون ويعزز اتساق تجربة التسوق عبر مختلف القنوات.

وخلال الربع الأول من عام 2025 أكملت السيف غاليري ترقية شاملة لمنصة التجارة الإلكترونية وتطبيق الهاتف المحمول. وشملت هذه الترقية تحسين سرعة المنصة، وتعزيز وظيفة البحث، وتحسين تجربة التصفح، إضافة إلى تطوير أدوات متابعة حالة الطلب بما في ذلك إشعارات التسليم المتتابة. كما جرى تبسيط إجراءات الدفع ودمج خيارات التقسيط حيثما كانت متاحة.

## عناصر الخدمة الرئيسية للقناة الرقمية

العنصر	التفاصيل
التوصيل	الرياض: 1-3 أيام؛ خارج الرياض: 2-5 أيام؛ دول مجلس التعاون: 5-10 أيام. خدمة توصيل سريع خلال 24 ساعة داخل الرياض
الدفع	البطاقات البنكية (مدى، فيزا، ماستركارد)؛ المحافظ الرقمية (Apple Pay, STC Pay)؛ التقسيط (Tabby, Tamara)؛ الدفع عند الاستلام للطلبات حتى 2,000 ريال
الإرجاع والاستبدال	خلال 14 يوماً من الاستلام؛ إمكانية الإرجاع في أي معرض مع معالجة فورية
الضمان وما بعد البيع	بدء المطالبة عبر أي قناة (معرض، تطبيق، موقع، مركز اتصال) مع إمكانية متابعة الحالة حتى الإغلاق
الاستلام من المعرض (Click & Collect)	طلب عبر الإنترنت والاستلام من المعرض خلال 2-4 ساعات

## عناصر الخدمة الرئيسية للقناة الرقمية

المؤشر	2025	2024	التغير
إيرادات التجارة الإلكترونية (مليون ريال)	94.3	68.6	+37.4%
الحصة من إجمالي الإيرادات	% 12.4	% 9.4	300+ نقطة أساس
معدل تحويل الزوار	تحسن بنحو 18%	--	--

يعزى نمو إيرادات التجارة الإلكترونية بنسبة 37.4% إلى عدة عوامل رئيسية، من أبرزها تحسين وظيفة البحث وتجربة الدفع في المنصة، وتوسيع خيارات الدفع الرقمية وخيارات التقسيط، إلى جانب تعزيز وضوح متابعة حالة الطلب والتوصيل. كما ساهم توسع خدمات الاستلام من المعرض (Click & Collect) ودعم المعارض لعمليات الإرجاع الخاصة بالطلبات الرقمية في دعم نمو القناة الرقمية.

وعلى الرغم من النمو المتسارع للقناة الرقمية، لا تزال شبكة المعارض تمثل القناة الرئيسية للمبيعات، حيث شكلت نحو 87.6% من إجمالي الإيرادات في عام 2025، مقابل 12.4% للتجارة الإلكترونية، ما يعكس استمرار أهمية المعارض ضمن نموذج البيع متعدد القنوات للشركة.

## استراتيجية التسويق الرقمي

ارتكزت استراتيجية التسويق الرقمي للسيف غاليري خلال عام 2025م على فترتي ذروة رئيسيتين: **رمضان**، بتفعيلات رقمية ومعارض لتعزيز حضور العلامة واستقطاب العملاء؛ و**العيد**، بعروض الإهداء والتسويق متعدد القنوات لتحفيز الشراء. وقد أسهمت هاتان الحملتان في رفع متوسط قيمة السلة الشرائية ودعم نمو إيرادات القناة الرقمية بنسبة 36.6%. ويعزز التكامل بين المنصة الرقمية وشبكة المعارض تجربة العملاء من خلال خيارات متكاملة تشمل الطلب والاستلام والإرجاع وخدمة ما بعد البيع.

# سلسلة الإمداد والعمليات اللوجستية

## هيكل سلسلة الإمداد

يعتمد نموذج الإمداد على التوريد المباشر من مصانع رئيسية في الصين وتركيا والهند وتايلاند، وفق اتفاقيات إطارية تحدد المواصفات الفنية ومعايير الجودة والمهل الزمنية مع زيارات ميدانية دورية للتدقيق. وتعمل شبكة الإمداد عبر: مستودعين مركزيين في الرياض لتغطية المملكة، ومركز تنفيذ في جدة (نحو 8,000م<sup>2</sup>) لخدمة المنطقة الغربية وطلبات التجارة الإلكترونية، ومرفق توزيع في دبي لدعم أسواق دول مجلس التعاون. ويجمع التوزيع الداخلي بين شركاء لوجستيين من طرف ثالث وأسطول نقل داخلي لإعادة التزويد بين المدن.

## جدولة الشحنات وإدارة الذروة الموسمية

نسقت الشركة جدولة المشتريات والشحنات الواردة قبل موسمي رمضان والعيد، مما حقق توازناً بين توافر المنتجات وتكاليف الشحن وكفاءة رأس المال العامل، وقُلص مخاطر نفاد المخزون في الفئات الأعلى طلباً

## تطوير الموردين وضبط الجودة

تخضع ما بين 10% و15% من الشحنات الواردة لفحوصات عشوائية تشمل الامتثال لمعايير SASO وبطاقات كفاءة الطاقة ومتطلبات المتانة والسلامة. وتُعالج حالات عدم المطابقة عبر إجراءات تصحيحية موثقة (CAPA) مع تفعيل الجزاءات التعاقدية عند التكرار.

## أبرز التحسينات التشغيلية 2025م

توزيع الشحنات الواردة على فترات زمنية أوسع لتفادي ازدحام الاستلام في مواسم الذروة.

تأهيل موردين بدلاء للأصناف الأعلى مبيعاً لتعزيز أمن الإمداد.

رفع معدل دوران المخزون من 1.5\* إلى 1.8\* نتيجة انضباط إدارة التشكيلة والشراء.



# الكوادر البشرية وبناء القدرات

تُعَدُّ كوادر الصفوف الأمامية – مندوبو المبيعات ومشرفو المعارض وموظفو الخدمة – العمود الفقري لنموذج الاستشارة والخدمة لدى السيف غاليري. وخلال 2025م ركّزت الشركة على أربعة محاور تطويرية:

## التدريب التقني:

ورش ربع سنوية حول العلامات المملوكة وبروتوكولات السلامة وتصعيد خدمة العملاء عبر منصة التعلم الإلكتروني الداخلية.

## البيع الاستشاري:

نهج قائم على الاستماع والشفافية في شرح خصائص المنتجات وحدود استخدامها.

## القيادات التشغيلية:

تدريب المشرفين على إدارة الجداول وضبط معايير العرض والانضباط التشغيلي.

## التقدير والاحتفاظ:

مكافآت ربع سنوية مرتبطة بمؤشرات تقييم العملاء والجودة التشغيلية.

## نتائج قابلة للقياس (2025)

المؤشر	2025	2024	التغير
معدل دوران الموظفين (صف أمامي)	نحو 28%	نحو 32%	-4 نقطة مئوية
مؤشر صافي الترويج (NPS)	+35	+28	+7 نقاط
معدل المرتجعات (فئات محسنة)	انخفاض نحو 8%	-	-

**إفصاح:** أرقام NPS ومعدل الدوران مستمدة من قياسات داخلية للشركة وفق تعريفاتها ومنهجيتها الخاصة، وتُقدّم لأغراض المقارنة الداخلية.



السيف خاليري  
*Alsaif Gallery*

