

مرحلة جديدة من التوسعات العضوية وغير العضوية
راكان الفضالة:
Chocolateness نموذجاً للمبادرين في المسؤولية الاجتماعية

الاسم	راكان الفضالة
تاريخ الميلاد:	1985/02/24
التخصص:	بكالوريوس علوم كومبيوتر جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا (Guest)
الوضع العائلي:	متزوج
العلامات التجارية	Connectness، لقيمة، Chocolateness

إن سألت عن قصة نجاح **Chocolateness** أو حتى عنها كاسم تجاري، ستجد أن شريحة واسعة قد على علم بالمرحل الرئيسية التي تجاوزتها تلك الشركة على مستوى الكويت، من هنا لعله يمكن القول أن ما يستدعي التوقف عنده في تلك التجربة ما قدمته **Chocolateness** كمشروع صغير من نموذج يحتذى في مجال المسؤولية الاجتماعية (**Corporate Social Responsibility**) والتي يرى القيمون عليها أن هذا المفهوم شكل أحد روافد تسويق هذه العلامة التجارية، أما العنصر الثاني والأهم فيتمثل في الاستثمار الذي ركز عليه القيمون على الشركة في برامج التدريب والتطوير الذي خضع لها الكادر البشري والموظفين الذين باتت عددهم يربو اليوم على نحو 110 موظفين. وسط هذه المعطيات المختلفة، فقد دخلت الشركة مرحلة جديدة من التوسعات العضوية غير العضوية، ففي الشق الأول جرى الاستحواذ على شركة لقيمة (**Lquima**) المتخصصة في الحلويات الكويتية المحلية وسط طموح بتحويلها إلى علامة تجارية تعبر عن التقاليد الكويتية الخالصة، كما جرى تأسيس شركة متخصصة في مجال الخدمات اللوجستية والنقل تحت مسمى **Connectness** على أن تصبح هذه العلامات التجارية تحت مظلة شركة قابضة.

يقول راکان الفضالة بدأ مشروع **Chocolateness** في العام 2007، كمشروع شبابي كويتي صغير وضم 4 شركاء برأس مال 500 دولار أميركي، من خلال تقديم الحلوى المنصهرة (**Molten Cake**) ومرّ بعدة مراحل ثلاثة مراحل أساسية، ففي المرحلة الأولى كان هذا المشروع بمنتجاته يقتصر على التواجد في المعارض الأساسية بمعنى أنه كان يفتقد إلى الاستمرارية واستمرت نحو عام، ثم كانت المرحلة الثانية في نهاية ديسمبر من العام 2008، مع تحوله إلى ما يشبه المشروع المنزلي بعد أن أصبح قاعدة عملاء حتى بات له قاعدته من العملاء خصوصاً وسط طلب ملحوظ على هذا المنتج لتستمر تلك المرحلة نحو عامين، كان الهدف من تلك الخطوة تكوين القاعدة المالية وقاعدة العملاء، وبعدها جرى جمع رأس المال المطلوب، حيث تم تأسيس الشركة في نهاية العام 2010 وبداية العام 2011، ومن هناك كرس **Chocolateness** قصة نجاح مهمة حيث ارتفع عدد الفروع من فرع واحد يقع في منطقة المرقاب في مدينة الكويت إلى ستة فروع منتشرة في مختلف المحافظات إلى جانب المصنع القائم في منطقة العرضية الصناعية، فيما سجل ارتفاع عدد العاملين فيه من 4 شركاء ليلبغ العدد اليوم نحو 110 موظفين، ومن رأس مال بقيمة 500 دولار، حقق الشركة طوال تلك المدة معدل دوران (**turnover**) في قيمة رأس المال بلغ نحو 5 مليون دولار، لتختصر تلك الأرقام قصة نجاح الشركة كمشروع صغير ومتوسط، وتعكس حجم الجهود المبذولة من القائمين على الشركة، وبالإضافة إلى هذه الأرقام يوضح الفضالة أن الجانب التسويقي لعب دوراً حاسماً في تحقيق نجاحات الشركة وعلامتها التجارية وسط منافسة محتدمة.

المسؤولية الاجتماعية ركيزة أساسية

وعند الحديث عن كون عنصر التسويق شكل أحد مقومات نجاح هذه التجربة، فمن الطبيعي أن يطرح السؤال عن أبرز هذه العناصر، وهنا يوضح الفضالة قائلاً أنه ومنذ التأسيس كان السؤال المطروح دائماً في ذهن مؤسسي الشركة كيف نميز **Chocolateness** والإجابة على ذلك بالنسبة للمنتج تكمن في التميز في الوصفات أو تقديم المنتج أو توصيله مشيراً إلى أنه كان حرص على اعتماد الابتكار في كل ما يتعلق بالعمليات التشغيلية للشركة. غير أن العنصر الأهم في تسويق العلامة التجارية نفسها، تمثل في تبني الشركة مفهوم المسؤولية الاجتماعية وهو توجه ونمط نادر على مستوى المشاريع الصغيرة والمتوسطة، علماً أن مثل هذا النمط قد رافق الشركة منذ لحظة تأسيسها وأن كان قد اتخذ في البدايات طابع بسيط كإفراح المجال أمام العملاء من الدخول في سحوبات على جوائز، وفي الحقيقة فإن تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى الشركة، كان يحمل في طياته أهدافاً مهمة تتمثل في إحدى أوجهها تحفيز الشركات المعنية بهذه الشريحة من المشاريع على اعتماد التوجه، أما الصور التي اتخذتها أنماط المسؤولية الاجتماعية لدى **Chocolateness** فيمكن إيجازها بالآتي:

- رعاية المناسبات الخاصة بالمؤسسات التعليمية والتربوية من بينها على سبيل رعاية حفلات التخرج ومشاريع التخرج وسواها، سواء على مستوى المدارس الثانوية أو الجامعات.
- استخدام مواد أعيد تدويرها في كافة استخدامات الشركة كالديكورات الداخلية للمكاتب الرئيسية والمحلات والفروع التابعة للشركة، وجرى إطلاق العديد من المبادرات التي تصب في صالح المحافظة على البيئة وتحفيز العملاء على تبني مثل هذه التوجهات.
- تنظيم دورات رياضية وصحية تحت مفهوم **Chocolateness Olympics** في عدة نشاطات ككرة القدم وتنس الطاولة، في خطوة هدفت إلى التأكيد على أن الشركة ليست فقط مشروع غذائي، بل أن أيضاً تهتم بالجانب الصحي في المجتمع، وهو توجه ينطوي أيضاً على رسالة تكمن في إشغال الشباب بنشاطات مفيدة لهم.
- كذلك ركزت تلك الخطة على الجانب الإنساني عبر تقديم عدة مبادرات مهمة، كتقديم موائد إفطار الصائم في شهر رمضان المبارك، أو تنظيم رحلات للحج للمحتاجين.
- تقديم دورات تدريبية للمباردين في الكويت، من بينهم الاستعانة بالأكاديمي **Dr Tazeeb Rajwani** من **King College** في لندن، حيث قدم دورات لنحو 30 مبادر.
- كذلك طالت هذه المبادرات موظفي الشركة أنفسهم، حيث سافر أحد الشركاء المؤسسين للشركة إلى مانيلا وجرى تنظيم مناسبات احتفالية لأهل وأبناء الموظفين.

التدريب والتطوير

من جهة أخرى يوضح الفضالة بأن تدريب وتطوير الكوادر الوظيفية شكل عنصراً أساسياً من الإستراتيجية التشغيلية لـ **Chocolateness**، إذ كان هناك حرص تام على أن يخضع الشباب الذي يقودون مشروع الشركة لمثل هذه البرامج، وقد انخرط نسبة كبيرة من فريق العمل في دورات في عدة مؤسسات مرموقة من بينها على سبيل المثال **King College** في لندن، وجامعة **Harvard Business School**، وكان من نتيجة هذه الدورات وما اكتسبه فريق العمل من خبرات في عدة ميادين من بينها على سبيل المثال التوسع العضوي وغير التوسع غير العضوي، ويتمثل الشق الأول في التوسع تحت نفس العلامة التجارية كالتوسع في شبكة الفروع أو المنتجات والخدمات، أما النوع وهو الأهم ويكمن في كيفية إيجاد مصادر دخل وإيرادات جديدة.

التوسعات نحو نشاطات جديدة

من هنا وترجمة للتوسع غير العضوي، خصص القيمون على شركة Chocolateness نحو مليون دولار للدخول في استثمارات جديدة، حيث جرى تخصيص نصف هذا المبلغ في الاستحواذ على شركة لقيمة (Lquima) وهي علامة تجارية واعدة وقائمة متخصصة في صناعة الحلويات الكويتية التقليدية والشرقية، فيما النسبة الباقية من هذا المبلغ تمثل في تأسيس شركة للخدمات اللوجستية تحت اسم Connectness، وتقوم على توفير خدمات الطلبات، وقد ولدت فكرة تأسيس هذه الشركة، جراء وجود فريق عمل لتوصيل الخدمات كان تابعاً في الأساس لشركة Chocolateness، وقد وجد الفضالة وشركاؤه أنه من الأجدى وجود مزود خارجي لهذه الخدمة، وقد بدأت تلك الشركة الجديدة بأسطول مكون من نحو 20 سيارة تستخدم في خدمة التوصيل، وقد ارتفع العدد اليوم إلى ما بين يتراوح بين 50 إلى 60 سيارة، وقد أنت خطوات تأسيس الشركة الجديدة أو الاستحواذ على الشركة القائمة في تعزيز مصادر الدخل، على ان تصبح هذه العلامة التجارية الثلاث منضوية تحت شركة قابضة تصبح بمثابة المظلة لها، وفي المحصلة فإن هذه الخطوات تهدف إلى تنويع مصادر الدخل بما يساهم في تنويع المخاطر، وهي على المستوى الإستراتيجي تأتي في سياق توجهات