

شرکت Bell Industries در سه بخش تجاری رقابت می کند: یکپارچه سازی سیستم های کامپیوتری، توزیع محصولات پس از فروش برای وسایل نقلیه تفریحی، و تولید تخصصی الکترونیک. کسب‌وکار یکپارچه‌سازی سیستم‌های بل، که به‌عنوان Bell Tech.logix فعالیت می‌کند، راه‌حل‌های فناوری یکپارچه را به بیش از 5000 مشتری ارائه می‌کند. گروه محصولات تفریحی این شرکت قطعات و لوازم جانبی جایگزین برای وسایل نقلیه تفریحی، خانه های متحرک، ماشین های برفی، موتور سیکلت ها، قایق های برقی و سایر وسایل نقلیه اوقات فراغت را توزیع می کند و به بیش از 4800 فروشنده و فروشگاه خرده فروشی در غرب میانه بالایی خدمات ارائه می دهد. کسب و کار تولید لوازم الکترونیکی بل که به عنوان J.W. بخش میلر، بیش از 5000 محصول مورد استفاده در مدارهای موجود در تجهیزات کامپیوتری، پزشکی و مخابراتی را تولید و توزیع می کند.

منشاء خرده فروشی

Bell با عنوان Bell Radio Supply شروع شد، نام یک فروشگاه خرده فروشی کوچک در لس آنجلس که در سال 1952 افتتاح شد تا قطعات را به تجارت رادیو و به مصرف کنندگان بفروشد. بل برای مدت طولانی یک خرده فروش باقی نماند. در طی چهار سال، این شرکت آخرین بقایای منشأ خود را به عنوان یک شرکت خرده‌فروشی کنار گذاشت و خود را به یک توزیع کننده قطعات الکترونیکی در بازار صنعتی تبدیل کرد. به عنوان یک توزیع کننده، بل جایگاه خود را در چشم انداز ملی شرکت های تأثیرگذار به دست آورد و در نهایت به یک شرکت تقریباً یک میلیارد دلاری تبدیل شد. با این حال، در نهایت ثابت شد که توزیع، تجارتی است که برای بقای بلندمدت شرکت مناسب نیست، و مدیریت را مجبور کرد از بخش صنعتی که از رشد پربار آن حمایت می‌کرد کناره‌گیری کند و بل را به یک نهاد متفاوت تبدیل کند.

قبل از اینکه شرایط بازار خروج بل از تجارت توزیع را دیکته کند، این شرکت به عنوان یک واسطه پیشرفت کرد. در اواخر دهه 1950، فروش سالانه بل مرز 1 میلیون دلاری را تحت الشعاع قرار داد که عمدتاً توسط رشد بازار جنوب کالیفرنیا تقویت شد. جاه طلبی در شرکت همراه با درآمد رشد کرد و مدیریت را بر آن داشت تا سهام شرکت را به عنوان وسیله ای برای به دست آوردن سرمایه ای بفروشد که بتواند از شرایط مطلوب تجاری استفاده کند. IPO بل در سال 1959 اتفاق افتاد، زمانی که شرکت به عنوان سهام خارج از بورس معامله می شد. در سال 1962، جایگاه رو به رشد شرکت لس آنجلس در انتقال سهام آن به بورس معتبرتر آمریکا منعکس شد.

مدت کوتاهی پس از شروع معاملات سهام بل در بورس آمریکا، یک روند کلی شرکتی که در تمام صنایع گسترده شد، به مدلی استراتژیک تبدیل شد که مدیریت بل از آن پیروی می کرد. در اواسط تا اواخر دهه 1960، عصر تنوع از طریق اکتساب آغاز شد و شرکت‌های هلدینگ را ایجاد کرد که تنوع کسب‌وکارشان ریسک‌های چرخه‌ای یک کسب‌وکار یا صنعت خاص را کاهش می‌داد و عملکرد مالی را از نوسانات هوس‌انگیز محفوظ می‌داشت - محافظی جذاب برای مدیران شرکت و سرمایه‌گذاران. . در طول این دوره، شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای خود را به صورت کنگلومرا درآوردند و دامنه تجاری محدود خود را برای حضور گسترده در مشاغل و بازارهای متنوع معامله کردند. از آنجایی که الگوی تنوع از طریق اکتساب در نیمه دوم دهه 1960 ریشه دوانید، مدیریت بل نیز از آن پیروی کرد و تجارت توزیع الکترونیک خود را به یک شرکت چند وجهی تبدیل کرد.

توسعه یک گروه تولیدی کوچک

در طول دهه‌های 1960 و 1970، فعالیت‌های اکتسابی بل به سرعت انجام شد. این شرکت در این دوره تقریباً 30 شرکت را خریداری کرد و به قدرت خود در تجارت اصلی توزیع الکترونیک خود افزود و دامنه خود را به بازارهای مرتبط با هنرهای گرافیکی، محصولات ساختمانی، قطعات وسایل نقلیه موتوری و محصولات تفریحی گسترش داد. این شرکت عملیات تولیدی را در صنایعی مانند صنایع دریایی، هوافضا، قطعات الکترونیکی، کالاهای مصرفی و محصولات کامپیوتری به دست آورد. بل از کسب و کار انحصاری خود در توزیع لوازم الکترونیکی، بسیار دورتر شد و به آن امکان داد تا خود را به‌عنوان سازنده قطعات هواپیمای هیدرولیک، شرکت صندلی بار، سازنده خازن، سازنده نمایشگرهای هوافضای نورانی و سازنده دوچرخه‌های کوچک توصیف کند.

کمپین خرید و تنوع بخشی بل باعث رشد درآمد شد و در کمتر از یک دهه فروش را بیش از پنج برابر کرد. در سال 1968، این شرکت 20 میلیون دلار فروش داشت. در سال 1977، بل از مرز 100 میلیون دلار گذشت، نقطه عطفی که با انتقال فهرست سهام آن به بورس نیویورک جشن گرفته شد. در پایان این دوره، بل تبدیل به یک "مجموعه کوچک" شده بود، که دارای حضور تجاری گسترده در تعدادی از بازارها بود که نقش اصلی آن را به عنوان یک توزیع کننده الکترونیک جبران و تکمیل کرد. این تحول چشمگیر بود و شرکت را به مجموعه ای متنوع از مشاغل تولیدی و توزیعی تبدیل کرد. اما ساختار شرکتی غیرمتمرکز و چند وجهی بل دوام نخواهد آورد. نیروهای خارجی دوباره تغییری را در استراتژی شرکت بل دیکته کردند، زیرا شرکت ها و صنایع در مورد شایستگی تنوع تهاجمی و ساختارهای غیرمتمرکز شرکت تجدید نظر کردند.

https://www.encyclopedia.com/books/politics-and-business-magazines/bell-industries-inc