

مدخل في الاستراتيجية والإدارة الاستراتيجية

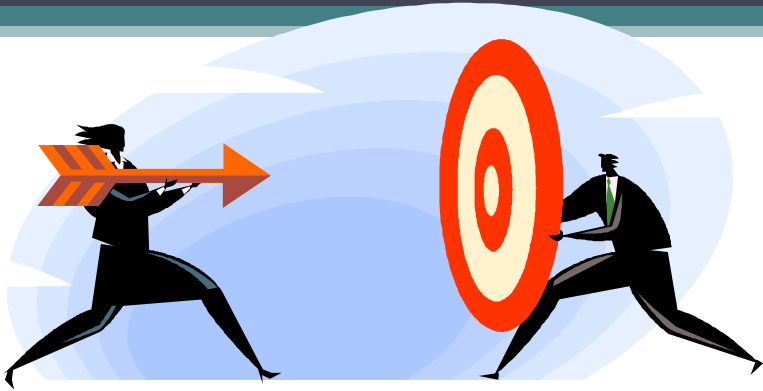
Strategic & Management Strategy Introduction

الفصل الأول



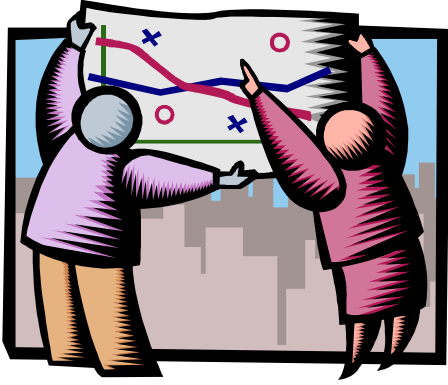
مقدمة

- تعريف الاستراتيجية ومكوناتها الرئيسية.
- عملية بناء الاستراتيجية في منظمات الأعمال وما يمكن أن تجنيه المنظمة من منافع..
- تعريف ومفهوم ومهام الإدارة الاستراتيجية.
- العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية والتسويق.



تعريف الاستراتيجية

- اللغة الاغريقية: عمل القائد، أو فن الجنرال.
- التخطيط لتدمير العدو من خلال استخدام الموارد وبكفاءة.
- بيتر دركر: " تحليل للموقف الحالي وتغييره إذا ما تطب الأمر، بما في ذلك تحديد ماهية وكمية الموارد ".



تعريف الاستراتيجية - تابع

- ولكر: " النماذج الأساسية لتخطيط الأهداف، الموارد، العاملين، وبما يتوافق مع توجه المنظمة نحو السوق، المنافسون، والعوامل البيئية الأخرى المحيطة بها ". وهو يفترض وجود ثلاث متغيرات رئيسية:

What, Where, How

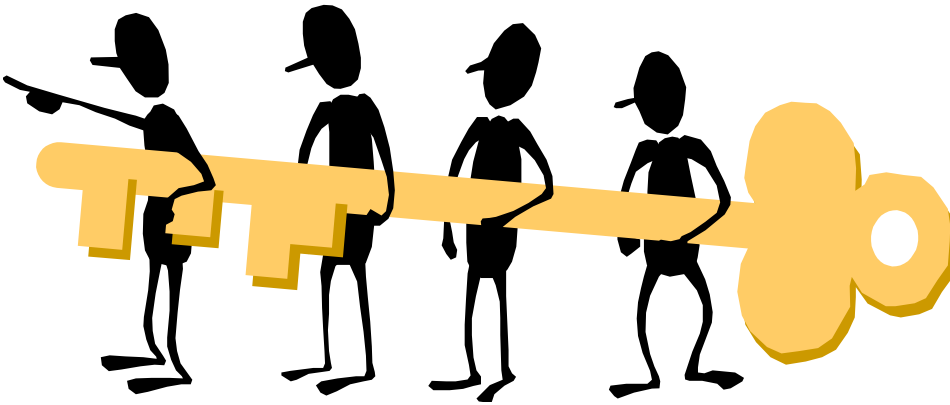
- مينتزبرج: تعريف الاستراتيجية " يرتبط إلى حد كبير مع المجال أو النشاط الذي تعمل به المنظمة ".



تعريف الاستراتيجية - تابع

- أي تعريف للاستراتيجية يمكن أن يصبح مقبولاً إن أشار إلى أنها:
 ١. وسيلة تعتمد عليها المنظمة للمواءمة بين مواردها المتاحة والفرص الحاصلة (أو الممكن حصولها) في البيئة الخارجية.
 ٢. أداة رئيسة لاتخاذ القرارات الهامة والمصيرية في حياة المنظمة وعلى المدى البعيد.
 ٣. تعظيم مواردها المتاحة عبر الاستخدام الكفاء لمواجهة احتياجاتها. (البيئة الداخلية)
 ٤. تستمد الاستراتيجية وجودها من خلال رسالة المنظمة.

مكونات الاستراتيجية



١. المجال.

٢. الغايات والأهداف.

٣. استراتيجية التطوير.

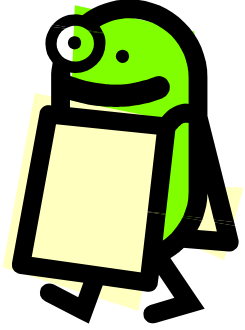
٤. الموارد.

٥. التعاضد Synergy: (المبيعات، العمل، الاستثمار، الإداري)



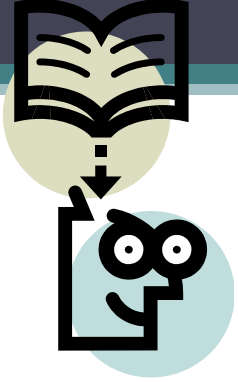
عملية بناء الاستراتيجية

- هي مزيج متنوع من الخبرات العملية، الثقافة التنظيمية، الأهداف المطلوبة، التنفيذ والرقابة...
- بناء الاستراتيجية لا يتم من خلال مكونات مادية محددة، بل هي مزيج متنوع ومتعدد الأشكال والتأثير.
- توصيف رؤية ورسالة المنظمة وتحديد الأهداف.
- تحليل عوامل البيئة الداخلية والخارجية.
- بناء استراتيجية التسويق.
- تنفيذ الاستراتيجية.
- الرقابة والتقييم.



المنافع من اعتماد الاستراتيجية

١. الاستراتيجية مرشد ودليل واضح للعالم لمسار عمل المنظمة، ماهية أعمال المنظمة.
٢. يمكن للمدراء إدراك التغيرات المحتملة في البيئة التسويقية والتعامل معها (فرص + تهديدات).
٣. يكون المدراء أكثر رشدا وعقلانية في تحديد الموازنات المالية، وحجم الموارد البشرية، لتنفيذ الأعمال.
٤. المساعدة في جعل قرارات المدراء أقرب للدقة عند التنفيذ للوصول إلى الأهداف المطلوبة، وبما يحقق مصالح المساهمين والمالكين.
٥. الاستراتيجية أداة رقابية على مجمل الأعمال المخطط لها، وبالتالي معرفة الخلل وملاقاته.

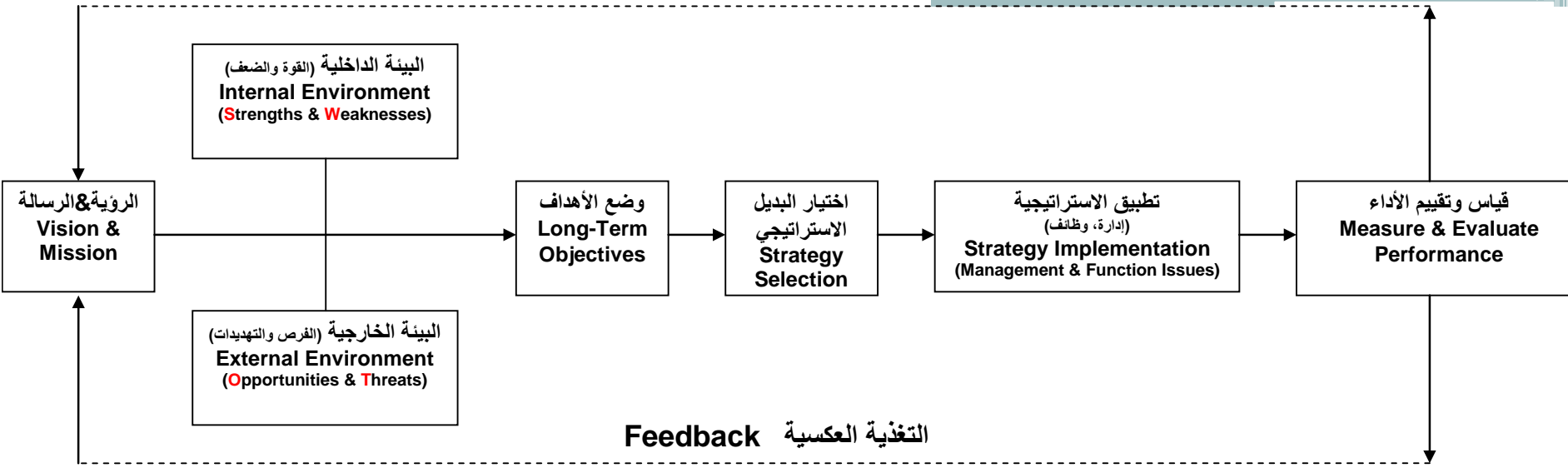


تعريف الإدارة الاستراتيجية

- " العمليات المتضمنة التحليل، القرارات، الأفعال، والتي تأخذها المنظمة على عاتقها لخلق وإبقاء المزايا التنافسية ". هذا التعريف يتضمن جانبين:
 ١. الإدارة الاستراتيجية تتضمن ثلاث عمليات:
 ١. التحليل: لهيكلية الأهداف الاستراتيجية (الرؤى، الرسالة، الأهداف)، ومن خلال التحليل البيئي.
 ٢. القرارات: (ماهية الصناعة التي يجب أن تتنافس بها المنظمة، وكيف).
 ٣. الأفعال: التنفيذ لما تم تحديده في الاستراتيجية.
 ٢. الإدارة الاستراتيجية تدرس كيفية عمل المنظمات المنافسة، وكيف يمكن أن تحقق ميزتها التنافسية، المدى الزمني لتحقيق هذه الميزة، مجال الصناعة الذي تتنافس به، وكيف يمكن جعل الميزة التنافسية صعبة وغير ممكنة التقليد.

مهام الإدارة الاستراتيجية

١. تحديد ماهية الأعمال وتطوير الرؤى والرسالة.
٢. تحديد الأهداف.
٣. البراعة الاستراتيجية لتنفيذ وإنجاز الأهداف.
٤. تنفيذ الاستراتيجية.
٥. تقييم الأداء والرقابة.



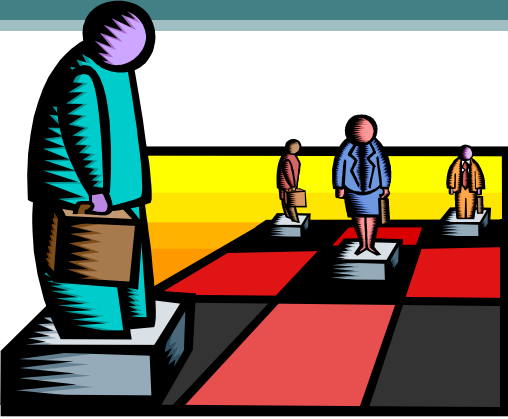
مرحلة صياغة الاستراتيجية
Strategy Formulation
Stage

مرحلة تطبيق الاستراتيجية
Strategy Implementation
Stage

مرحلة تقييم الاستراتيجية
Strategy Evaluation
Stage

مراحل التخطيط الاستراتيجي
Stages of Strategic Planning

الإدارة الإستراتيجية
Strategic Management



العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية والتسويق

١. نظرية النظم: النشاط التسويقي وما معتمد به من استراتيجية تسويقية، هو جزء من الادارة الاستراتيجية للمنظمة، لأن أهداف التسويق تصب في أهداف المنظمة.
٢. المنظمة تعمل في بيئة متغيرة (لا تأكد)، والنشاط التسويقي قد يكون الأكثر ارتباطاً مع البيئة، بالتالي يمكن أن يزود الإدارة الاستراتيجية بكل ما يمكن استكشافه للوصول إلى أهداف المنظمة.
٣. التخطيط الاستراتيجي يحدث في كل مستوى من مستويات المنظمة، وللنشاط التسويقي دور مهم في كل مستوى لأنه مسؤول عن إيصال مخرجات المنظمة إلى السوق وتقديم المعلومات المطلوبة. بالتالي نجاح التخطيط يرتبط بنجاح النشاط التسويقي.



العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية والتسويق

٤. الإدارة الاستراتيجية أصبحت منهجاً معتمداً في جميع أنواع المنظمات التي تسعى للاستمرار، والنشاط التسويقي كذلك إذ لم يعد حصراً على المنظمات الربحية، وبالتالي هناك علاقة قوية بين الإدارة الاستراتيجية والنشاط التسويقي، فنجاحها من نجاح التسويق.
٥. الكثير من الأهداف (مثل المسؤولية الاجتماعية للتسويق، وأخلاقيات التسويق) كانت في مرحلة سابقة أهدافاً تسويقية، اليوم أصبحت أهدافاً استراتيجية.

شكراً