



GROWTH  
BYTES

# كتيب تطوير الخطة الاستراتيجية لدخول أسواق جديدة

طوّر شركتك!

تعمل الخطة الاستراتيجية على ضمان تحقيق أهداف الشركة، فهي الطريق الذي تسلكه الشركة لتحقيق ما تصبو إليه من أهداف وبالتالي الاقتراب نحو تحقيق الرؤية، وهي كذلك التوجه الخاص بالشركة الذي يساعدها على اتخاذ القرارات الحيوية وقبول أو رفض توجه ما. ويأتي هذا الكتيب لمساعدة الشركة على المفاهيم الرئيسية الضرورية لبنائها وتمهيد الطريق لتفعيلها.

يعمل هذا الكتيب على شكل مجموعة من الأسئلة التي يتوجب على صاحب العمل إجابتها لتضمن نتائج تلك الإجابات في صياغة استراتيجية الشركة.

يندرج تحت إطار العمل الخاص بالاستراتيجية كل مما يلي: إجراء تحليل للبيئة الداخلية وبيئة العمل الخارجية، ومن ثم إجراء التحليل الرباعي الذي يحول نتائج التحليل الداخلي والخارجي إلى نقاط قوة أو ضعف أو فرض أو مخاطر وتحديات، ومن ثم وضع الأهداف الاستراتيجية في ضوء التحليل الرباعي، وبعدها اختيار التوجه الاستراتيجي الأنسب لتحقيق معظم أو كل تلك الأهداف، وفي النهاية وضع خطة تطبيق للخطة الاستراتيجية وتوزيع المهام والمسؤوليات على فريق العمل.

يرجى العمل على تنفيذ متطلبات هذا الكتيب بما يساهم في بناء استراتيجية الشركة وبالتالي تطوير عملها.

# التحليل الخارجي



يرتبط التحليل الخارجي ببيئة العمل الخارجية وكافة العوامل المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر، سلبي أو إيجاباً على أعمال الشركة وتشمل ما يلي:

- العوامل العامة: السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية والقانونية
- عوامل متعلقة بالقطاع: المنافسين وقوة الموردين والعملاء وسهولة دخول منافسين جدد أو سهولة التحول لمنتجات بديلة
- عوامل خارجية مباشرة: مورديها أو عملائها أو دائنيها

- ❑ كثرة المنتجات البديلة (مثال: التابلت يعتبر منتجا بديلا عن اللابتوب لطلبة المدارس)
- ❑ ضعف معرفة العملاء بالمنتجات والخصائص
- ❑ كثرة المنافسين ومنافستهم على الأسعار أكثر من الجودة
- ❑ تمسك الموردين بشروطهم وصعوبة مفاوضاتهم

التحليل الخارجي: (يرجى تحديد العوامل المباشرة التي قد تؤثر على عملك بشكل مباشر أو غير مباشر على أن لا تزيد عن 5-8 نقاط). أمثلة على العوامل المتعلقة الخارجية المباشرة:

- سهولة الحصول على التسهيلات البنكية
- ولاء العملاء للشركة
- علاقات طويلة الأمد مع الموردين
- توفر الخبرات التي تحتاجها الشركة في سوق العمل

# التحليل الرباعي

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Things your company does well</li><li>• Qualities that separate you from your competitors</li><li>• Internal resources such as skilled, knowledgeable staff</li><li>• Tangible assets such as intellectual property, capital, proprietary technologies etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Things your company lacks</li><li>• Things your competitors do better than you</li><li>• Resource limitations</li><li>• Unclear unique selling proposition</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Underserved markets for specific products</li><li>• Few competitors in your area</li><li>• Emerging need for your products or services</li><li>• Press/media coverage of your company</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Emerging competitors</li><li>• Changing regulatory environment</li><li>• Negative press/ media coverage</li><li>• Changing customer attitudes toward your company</li></ul>



يعتمد التحليل الرباعي على أربعة محاور وهي نقاط القوة والضعف (ويتم استخلاصها من التحليل الداخلي) وأبضا نقاط الفرص والتحديات (ويتم استخلاصها من التحليل الخارجي) ضمن ما يلي:

- تحويل كافة النقاط التي تم ذكرها في التحليل الخارجي إلى سلبيات أو إيجابيات، وبالتالي اعتبار الإيجابيات فرص والسلبيات تحديات أو مخاطر
- تحويل كافة النقاط التي تم ذكرها في التحليل الداخلي إلى سلبيات أو إيجابيات، وبالتالي اعتبار الإيجابيات نقاط قوة والسلبيات نقاط ضعف