

المحاضرة: تحليل ودراسة إستراتيجية المشروع

مقدمة:

تعتبر دراسة المشروع وتحليل إستراتيجيته خطوة أساسية لضمان نجاحه واستدامته، يعتمد الباحث أو رائد الأعمال على أدوات تحليلية مثل Swot لتحديد نقاط القوة والضغط والفرص والتهديدات، وكذلك على تحليل بورتر للقوى الخمسة لفهم البيئة التنافسية في السوق. تساعد هذه الأدوات اتخاذ قرارات إستراتيجية دقيقة، وتحسين القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة.

أولاً: الإستراتيجية ودراسة المشروع:

1- مفهوم الإستراتيجية ودراسة المشروع:

الإستراتيجية هي خطة طويلة الأمد تهدف إلى تحقيق أهداف المشروع مع مراعاة الموارد والبيئة المحيطة.

2- أهمية الدراسة الإستراتيجية للمشروع:

- تحديد نقاط القوة للاستفادة منها.
- كشف نقاط الضعف لتطويرها.
- اغتنام الفرص المتاحة في السوق.
- الحذر من التهديدات والتخطيط لمواجهةها.

3- تحليل Swot:

هو أداة لتقييم الوضع الداخلي والخارجي للمشروع، حيث يركز على أربع عناصر:

- نقاط القوة: الموارد والقدرات المتميزة للمشروع **Stenghts**.
- نقاط الضعف: القصور الداخلي الذي يعيق الأداء **Weaknesses**.
- الفرص: العوامل الخارجية التي يمكن استغلالها **Opportunities**.
- التهديدات: المخاطر أو التحديات التي قد تواجه المشروع **Threats**.

البعد	التعريف	مثال
القوة	الموارد الداخلية المتميزة	شهرة المنتج في السوق المحلي
الضعف	نقاط القصور الداخلية	نقص التدريب الفني للعمال
الفرصة	عوامل خارجية ايجابية	دعم الدولة للمشاريع الصغيرة
التهديد	عوامل خارجية سلبية	منافسة منتجات مستوردة أرخص

4- خطوات تطبيق Swot:

1. جمع معلومات دقيقة عن المشروع أو السوق.
2. تحديد نقاط القوة والضعف الداخلية.
3. دراسة الفرص والتهديدات الخارجية.
4. وضع خطة إستراتيجية للاستفادة من القوة والفرص وتقليل الضعف والتهديدات.

ثانياً: تحليل بورتر للقوى الخمسة: **PORTER**

1- تعريف بورتر:

هي إطار يتيح تقييم القوى التنافسية للصناعة من خلال خمسة عوامل رئيسية.

2- القوى الخمسة لبورتر:

1. قوى المنافسين الحاليين: عدد الشركات المنافسة وحجمها.
2. تهديد دخول منافسين جدد: العقبات أمام دخول مشاريع جدد.

3. تهديد المنتجات البديلة: وجود بدائل تلبى نفس الحاجة.

4. قوة الموردين: قوة الموردين عن التأثير في الأسعار والجودة.

5. قوة العملاء: مدى تأثير العملاء على الأسعار وجودة المشروع.

3- تطبيق بورتر لتحسين إستراتيجية التسويق:

- دراسة المنافسة لتحديد موقع المشروع في السوق.

- تحسين جودة المنتج لمواجهة البدائل.

- إقامة علاقات قوية مع الموردين.

- التركيز على تلبية احتياجات العملاء لزيادة الولاء.

4- الربط بين SWOT وبورتر PORTER :

- تحليل Swot يعطي صورة شاملة للوضع الداخلي والخارجي للمشروع.

- تحليل بورتر يركز على البيئة التنافسية بالتفصيل.

- الجمع بينهما يوفر خطة إستراتيجية شاملة لتعزيز الميزة التنافسية مثال: مشروع إنتاج مربى الفواكه في ولاية بسكرة.

↪ نقاط القوة: جودة عالية للفواكه المحلية.

↪ نقاط الضعف: قلة الخبرة على التسويق الرقمي.

↪ الفرص: زيادة الطلب على المنتجات الطبيعية في الأسواق الأوروبية.

↪ التهديدات: منافسة لشركات كبيرة ومستوردة.

↪ تحليل بورتر: قوة الموردين متوسطة والعملاء لديهم خيارات كثيرة، تهديد دخول منافسين جدد منخفض بسبب الاستثمار العالي.

5- إستراتيجية التسويق بناء على التحليل:

1. إستراتيجية الاختراق في السوق: استهداف العملاء المحليين بأسعار تنافسية.

2. إستراتيجية التميز: تقديم منتج عالي الجودة لتمييزه عن المنافسين.

3. إستراتيجية التنوع: إضافة منتجات جديدة بناء على فرص السوق.

6- خطوات عملية لتطبيق التحليل:

1. جمع المعلومات عن السوق والعملاء المنافسين.

2. ملء مصفوفة Swot.

3. تقسيم القوى الخمسة لبورتر لكل قطاع.

4. وضع إستراتيجية التسويق بناء على النتائج.

5. مراقبة الأداء وتعديل الاستراتيجيات حسب الحاجة.