إدارة تطوير الأعمال
الجزء الأول

تعريف تطوير الأعمال
- تطوير وتنمية المؤسسة داخلياً و خارجياً، وجعل نشاطها التجاري أكثر تنافسية من خلال اكتشاف الفرص الجديدة في السوق ,وتوسيع نطاق منتجاتها أو خدماتها، والتركيز على زيادة حصتها السوقية.

أهمية تطوير الأعمال
- تنمية العلاقات
  - تنمية العلاقات هي أساس تطوير الأعمال
  . تتراوح العلاقات من اكتساب العملاء الجدد إلى توظيف الخبراء.
  يجب على الشركات تطوير علاقاتها الحالية بشكل أفضل.
- تعزيز العلامة التجارية
  - فهم قاعدة عملاء الشركة وجميع المنتجات أو الخدمات المقدمة.
  إنشاء استراتيجية تسويقية لقاعدة عملاء جديدة. تطوير المنتجات أو الخدمات المقدمة.
- اكتشاف فرص النمو
  - اكتشاف فرص وأسواق جديدة للشركة
  تحديث استراتيجيات الشركة وفقاً لفرص النمو المتاحة
  استغلال تغيرات السوق لزيادة الحصة السوقية والربحية.

مراحل تطوير الأعمال
- بدء الأعمال
  - مرحلة تتميز بالقلق والترقب
  الهدف فيها الانتشار الواسع
  تهتم بتحقيق أكبر قاعدة عملاء
- نمو الأعمال
  - تبدأ نتائج الأعمال في الظهور
  يتم فيها زيادة التدفق النقدي
  -تتميز بالتحديات المستمرة للتطوير
- نضج الأعمال
  - تتميز باستقرار أعمال الشركة
  -يتم تطوير قاعدة العملاء والعلامة التجارية للشركة
  -يبدأ فيها دخول مستثمرين آخرين
- تراجع الأعمال
  - يبدأ ضعف إدارة الشركة
  -تبدأ مرحلة تراجع الأرباح
  تبدأ المشاكل المالية في الظهور

فوائد تطوير الأعمال
- تطوير وتحسين العلاقة مع العملاء القدامى
- فتح أسواق جديدة
- تطوير استراتيجية العمل والتعامل مع العملاء
- زيادة أرباح المؤسسة
- اكتساب عملاء جدد
- تطوير الأعمال الحالية

كيفية تحسين تطوير الأعمال
- توسيع شبكة الاتصال باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والفعاليات الاجتماعية
- تقديم خدمات إضافية للعملاء مع المنتجات أو الخدمات المقدمة
- تحديث استراتيجية التسويق وفقاً لمتطلبات السوق والعميل
- القيام بأبحاث سوق بشكل مستمر لاكتشاف أي فرص جديدة
- تطوير فريق العمل في المؤسسة ببرامج التدريب الحديثة

تعريف عملية تخطيط الأعمال
- هي عملية تنطوي على إنشاء مهمة أو هدف للشركة، وتحديد الاستراتيجيات التي سيتم استخدامها لتحقيق تلك الأهداف أو المهمة.

خطوات تخطيط الأعمال

العلاقة بين التخطيط والتنفيذ والرقابة
- التخطيط صياغة الخطة باتباع خطوات عملية التخطيط
- التنفيذ تطبيق الخطة
- الرقابة متابعة نتائج مسار التنفيذ المحدَّد والتأكد من تطابقه مع الأهداف
- التصحيح تعديل الخطة والرجوع للخطوة الأولى من التخطيط

وظائف مدير تطوير الأعمال
- دراسة السوق
  - يهتم بتحليل توجهات السوق الحالية والمتوقعة، وقراءة المؤشرات الاقتصادية الحالية من أجل استغلال الفرص المتاحة لتطوير وضع الشركة.
  - يهتم بدراسة المنافسين وتوجهاتهم الحالية والمستقبلية.
  - يدرس إمكانية تطوير المنتجات الحالية أو تقديم منتجات وخدمات جديدة مطلوبة في السوق.
- إعداد خطة العمل
  - يعد خطة العمل المناسبة لتحقيق الأهداف الموضوعة وفقاً لتوجهات السوق.
  - يضع خطط بديلة طارئة في حاله تعثر تنفيذ خطة العمل الأساسية.
  - متابعة تنفيذ خطة العمل وفق المعايير الموضوعة للتأكد من تناسقها مع الأهداف.
- التواصل بين العملاء والموردين
  - دراسة احتياجات العملاء ومعرفة الموارد اللازمة لإشباعها.
  - التواصل مع الموردين لتوفير المواد الخام بأفضل شروط ممكنة.
  - المساهمة في تحقيق الربح للشركة من جميع الجهات.
- التطوير الداخلي والخارجي
  - وضع رؤية ورسالة واضحة لكل العاملين بالشركة.
  - تقييم وتدريب العاملين بشكل مستمر لرفع مستواهم وكفاءتهم.
  - تيسير طرق وإجراءات العمل في الشركة لتسهيل أداء المهام.
  - تطوير المنتجات وفتح أسواق جديدة.
  - البحث عن عملاء جدد، وفتح شراكات استراتيجية.
  - تنمية العلاقات مع كبار العملاء والموردين.
- التحليل والتقدير
  - تحليل أعمال الشركة شهرياً وفقاً للمقاييس الموضوعة.
  - تقديم تقارير دورية عن نتائج الأعمال المنفذة.
  - تقديم مقترحات جديدة عن كيفية تطوير أداء الشركة ورفع مكانتها السوقية.

مفهوم تحليل البيئة الداخلية
- هو تحليل عوامل القوة والضعف داخل حدود المنظمةوالتي يتم الاهتمام بها عند التفكير في اتخاذ القرار.
  - تقييم القدرات والإمكانات المادية والبشرية والمعنوية المتاحة للمنظمة.
  - إيضاح موقع المنظمة بالنسبة لغيرها من المنظمات في الصناعة.
  - تحديد نقاط القوة وتعزيزها للاستفادة منها للقضاء على المعوقات، أو لاغتنام الفرص المتاحة.
  - تحديد نقاط الضعف، وذلك حتى يمكن التغلب عليها ومعالجتها.
  - الترابط بين التحليل الداخلي (نقاط القوة والضعف) والتحليل الخارجي (الفرص والتحديات).

عناصر البيئة الداخلية للمؤسسة
- 1. الهيكل التنظيمي:
  - الهيكل التنظيمي البسيط (المباشر)
  - الهيكل التنظيمي حسب الوظائف (الإدارات)
  - الهيكل التنظيمي حسب الفروع
- 2. الثقافة التنظيمية:
  - هي منظومة القيم والتقاليد والقواعد التي يشترك فيها كل أعضاء التنظيم والتي تنتقل من جيل إلى آخر، وهي التي تحدد قواعد السلوك والتعامل داخل المنظمة.
  - وظائف الثقافة التنظيمية:
    - تمنح العاملين في المؤسسة شعوراً بالهوية الخاصة المتميزة
    - تساعد على تنمية الولاء والالتزام للمؤسسة
    - تعد مرجعية للعاملين في المؤسسة يعودون إليها في حالات غموض القرارات الإدارية
- 3. الموارد المتاحة:
  - الموارد المالية (أساليب التمويل وإدارة الأموال)
  - الموارد التسويقية (دراسة السوق والمزيج التسويقي)
  - الموارد البشرية (التوافق الوظيفي ورفع الكفاءة)
  - نظم المعلومات الإدارية (نقل البيانات وتوافر المعلومات)

تحديد نقاط القوة والضعف
- أداة استراتيجية في التحليل للبيئة الداخلية والخارجية (التنافسية) من خلال تحديد نقاط القوة والضعف الداخلية بصورة نسبية وليست مطلقة، والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية (التنافسية) مما يعطي رؤية استراتيجية في صياغة استراتيجياتها.

مفهوم تحليل البيئة الخارجية
- استكشاف العوامل والمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتنافسية من أجل تحديد الفرص والتهديدات الموجودة في بيئة المنظمة الخارجية (المباشرة وغير المباشرة) ومعرفة مصادر ومكونات هذه الفرص والتهديدات من خلال تجزئتها إلى عناصر أو أجزاء فرعية، وفهم علاقات التأثير والتأثر فيما بينها من جهة وبينها ومنظمة الأعمال من جهة أخرى.
- 1. البيئة الخارجية العامة:
  - المتغيرات الاقتصادية
  - المتغيرات الفنية والتكنولوجية
  - المتغيرات الاجتماعية والثقافية
  - المتغيرات السياسية والقانونية
  - المتغيرات الدولية
- 2. البيئة الخارجية الخاصة:
  - شدة المنافسة في الصناعة
  - تهديد دخول منافسين جدد
  - قوة المساومة للموردين
  - القوة الشرائية للعميل

الفرص والمخاطر في البيئة الخارجية
- الفرص:
  - هي أوضاع أفضل للمشروع في المستقبل يتم استغلالها في عقد صفقات، وزيادة مبيعات لدخول سوق جديدة، وزيادة الحصة السوقية أو غيرها.
- التهديدات
  - هي مشاكل أو اضطرابات أو أضرار محتملة، وهي تنشأ من جراء تغيرات غير مطلوبة في عناصر البيئة، وهذه التغيرات لها آثار عكسية على أهداف المشروع.