

استراتيجية الإدارة Managing Strategy

→ Strategic management

What managers do to develop the organization's strategies.

هذا يعني تطوير استراتيجيات المؤسسة (بما في ذلك تحديد أهداف المؤسسة)

→ What are an organization's strategies? plans / ways

To achieve ends

They are the plan for :-

[1] How the organization will do whatever is in business to do.

← كيف يمكن للمؤسسة اكمال اعمالها على اكمل وجه

[2] How it will compete successfully.

← كيف يمكنها المنافسة في السوق باقتدار واثبات نجاحه

[3] How it will attract and satisfy its customers in order to

achieve its goals. الهدف الرئيسي للمؤسسة وتوفير الافضل للزبائن لانها

تريد وضع استراتيجيات للمؤسسة لتجذب هؤلاء الزبائن حيث تعتبر من قدر

عوامل القوة ونقاط القوة وتطور ما فيها من المنافسة في السوق

⇒ To achieve goals, vision, mission, ends to the organization

⇒ Business model (نموذج الأعمال)

How a company is going to make money

كيف المؤسسة المولدة على الاموال

It focuses on two things:- (يركز على شيئين)

[1] Whether customers will value what the company is providing.

← هل يمكن للزبائن تقييم ما توفره المؤسسة لهم (حسب القيمة المتأخذة) value

[2] Whether the company can make any money doing that.

← هل يمكن جمع اموال وهذا يعتمد على ما هي الخطة للسعر على هذا الخطة

⇒ Why is Strategic Management important?

[1] It results in higher organizational performance.

← يساعد على تطوير وتسيير أداء الشركة بكفاءة النواحي

[2] It requires that managers examine and adapt to business environment changes.

← وضع الخطط تتغير مع التغيرات في الظروف المحيطة
وتتغير المزايا والمنتجات المطلوبة

[3] It coordinates diverse organizational units, helping them focus on organizational goals.

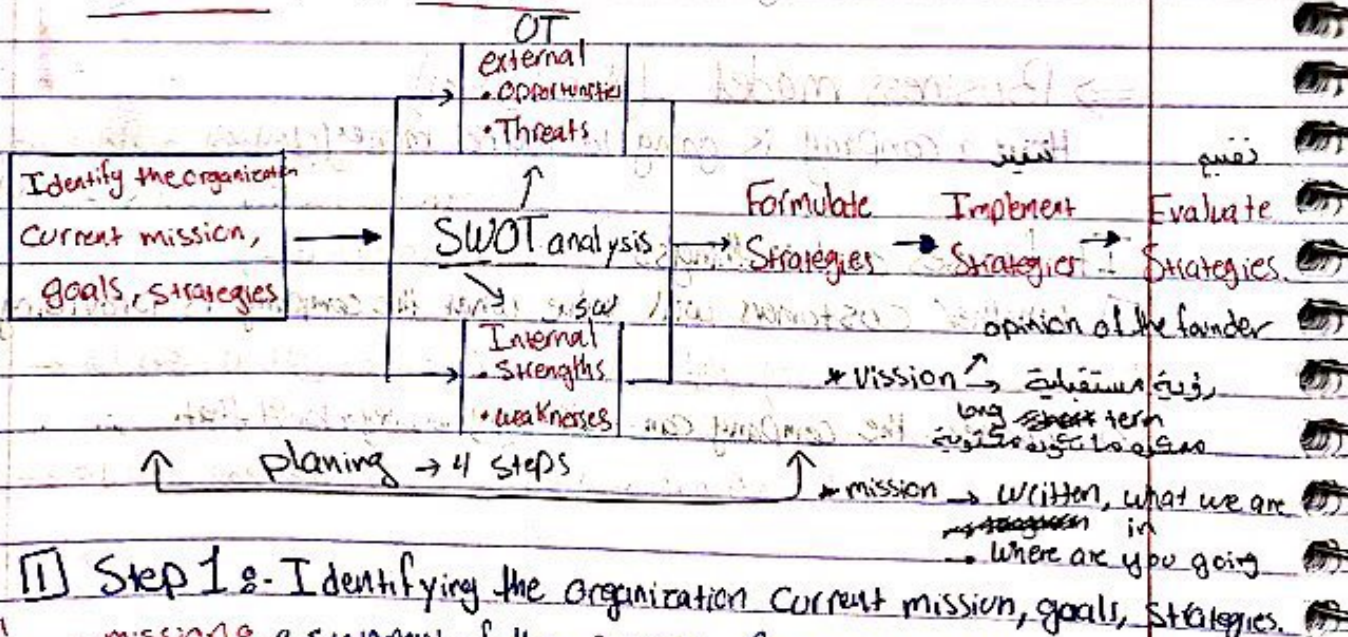
← يساعد وضع الخطط على تنسيق الوحدات المتنوعة في المنظمة، مما يساعد على التركيز على تحقيق الأهداف.

[4] Strategic management is involved in many of the decisions that managers make.

← تشارك الخطط الاستراتيجية في وضع القرارات
تتدخل في عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، التي يكون لها تأثير كبير على الخطط

The Strategic management process.

- a six step process that encompasses strategic planning, implementation, and evaluation.



[1] Step 1: Identifying the organization current mission, goals, strategies.

→ Mission: a statement of the purpose of an organization

→ Vision: Dream, vision of the founder

→ Goals: The foundation for further planning.

↳ Measurable performance targets

→ The scope of its products and services.

⇒ What should a mission statement include? ٩ ٩٥١٢

9 components of mission ⇒ ٩ مكونات مهمة

[1] Customers ⇒ Who are the firm's customers? من هم زبائن الشركة.

[2] Markets ⇒ Where does the firm compete geographically? أين تتنافس الشركة جغرافياً؟

[3] Concern for survival, growth, and profitability ⇒ الاهتمام بالبقاء والنمو والربحية.

Is the firm committed to growth and financial stability? هل الشركة ملتزمة بالنمو والاستقرار المالي؟

[4] Philosophy ⇒ What are the firm's basic beliefs, values, and ethical priorities? ما هي المعتقدات الأساسية والقيم والأولويات الأخلاقية؟

→ values of founders (الفلسفة)

[5] Concern for public image ⇒ How responsive is the firm to societal and

environmental concerns? هل الشركة متجاوبة مع اهتمامات البيئة والبيئة؟

[6] Products or services ⇒ What are the firm's major products or services?

[7] Technology ⇒ Is the firm technologically current? هل نواحي التكنولوجيا الحالية؟

[8] Self-concept ⇒ What are the firm's major competitive advantage

and core competencies? الميزة التنافسية

[9] Concern for employees ⇒ Are employees a valuable assets of the firm?

Assets. one of major stockholder ⇒ employees هل هم من الأصول. ←

[2] Step 2 ⇒ Doing an external analysis تحليل البيئة الخارجية

→ The environmental scanning of specific and general environments.

⇒ Focuses on identifying opportunities and threats.

Opportunities ⇒ Positive trends in the external environments.

فرص، عوامل إيجابية في البيئة الخارجية، فرص لتطوير وتحسين النمو الوظيفي

Threats ⇒ Negative trends in the external environments.

تهديدات، عوامل سلبية في البيئة الخارجية، يجب تجنبها

Step 3 : Doing an internal analysis

→ Assessing Organizational resources, Capabilities, and activities.

تقييم الموارد والقدرات، والأنشطة التنظيمية.

• **Resources** → An Organization's assets that are used to develop, manufacture and deliver products to its customers.

• **Capabilities** → An Organization's skills and abilities in doing the work activities needed in its business.

• **Core Competences** → the organization's major value-creating capabilities that determine its competitive weapons.

خلق قيمة فريدة من خلال الموارد الموجودة واستغلالها من خلال القدرة والموارد الموجودة داخل الشركة. (أساسية تنافسية) ميزة تنافسية → أنشطة تقوم بها أفضل من المنافسين.

• **Strengths** → Any activities the organization does well or its unique resources. (صعبة التكرار) difficult to duplicate.

• **Weaknesses** → Activities the organization does not do well or Resources it needs but does not possess.

SWOT analysis

→ an analysis of the organization's strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

⇒ **Matching**

[1] How to use these external opportunities to Increase Strengths

→ or to reduce weaknesses

[2] How to use the strength to avoid from external threats.

→ to protect the organization from external threats

Step 4 ⇒ "Formulating Strategies"

قيادة الاستراتيجية واختيار الأفضل لتنفيذها

- Develop and evaluate strategic alternatives
- Select appropriate strategies for all levels in the organization that provide relative advantage over competitors.

اختيار الاستراتيجية الأفضل، وإمكانية جميع الخيارات في المؤسسة لتوفر ميزة للمنافسة

Step 5 ⇒ "Implementing Strategies"

Implementation - effectively fitting organizational structure and activities to the environment.

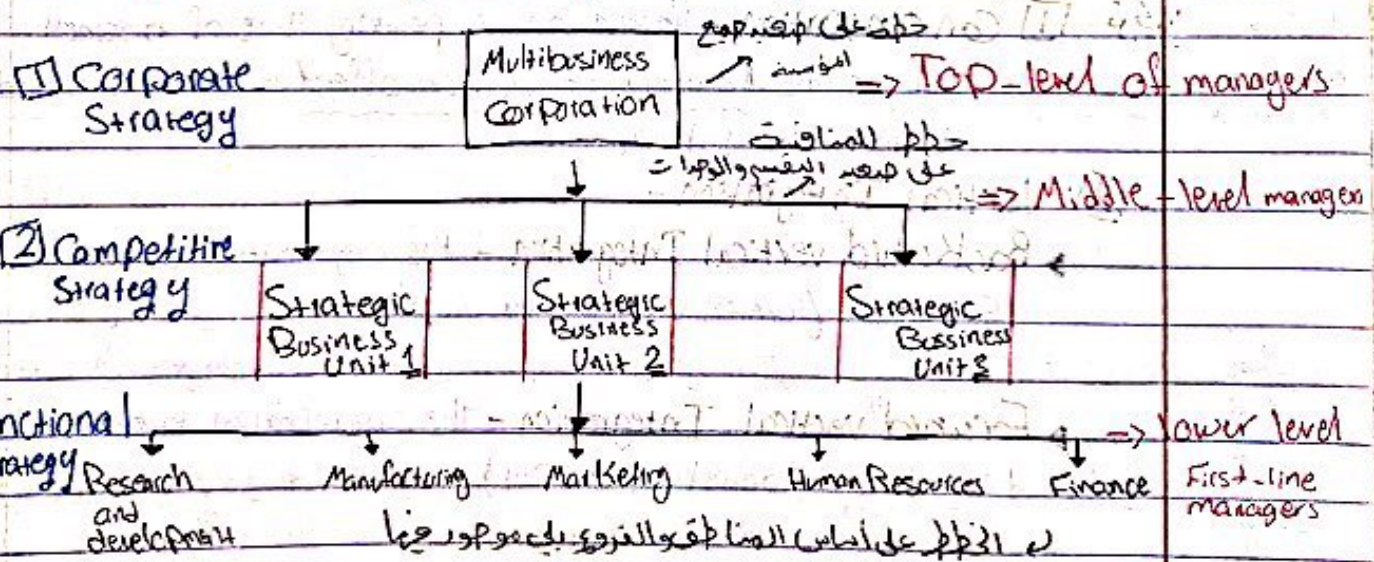
(Put Strategy into action)

Step 6 ⇒ Evaluating results

(Final Step)

- How effective have strategies been?
- What adjustment, if any, are necessary?

⇒ Types of Organizational Strategies.



Corporate Strategy

→ What is Corporate Strategy? (خطة نشاط المؤسسة)

- an organizational strategy that determines what businesses a company is in or wants to be in, and what it wants to do with these businesses.

← حدد ما هو العمل الموجود داخل المؤسسة أو ماذا تريد أن تكون / عمل
← ما هي يكونه على أكثر من (business) عتبار أعرف بشيواك و بشيواكل

→ What are the Types of Corporate Strategy? Growth, Stability, Renewal

Concentration

Vertical integration

Horizontal integration

Diversification

1 Growth Strategy - a corporate strategy that's used

when an organization wants to expand the number of markets served or products offered, through either its current business(es) or new businesses (توسيع السوق التي لها في الوقت الحاضر في أعمالها أو في أنواع المنتجات التي لها في وقت لاحق)

→ Benefits → 1. Increase Revenue (زيادة المبيعات) 2. Number of employees (عدد الموظفين) 3. Market Share (الحصة السوقية تتوسع)

Types of Growth Strategy (التركيز في المنتج)

1 Concentration - focus on its primary line of business and increase the number of products offered or markets served in this primary business (تركيز على العمل الأساسي و زيادة عدد المنتجات و الأسواق التي لها)

2 Vertical Integration -

→ Backward vertical Integration - the organization become its own supplier. (control its input resources) (السيطرة على الموارد و جعلها لها)

→ Forward vertical Integration - The organization become its own distributor (control its output) (شركة الجندب عن طريق نفسه و يتسوق من جهة يزودها بالموارد و تزود نفسها بنفسها (ontime) السيطرة على التوزيع على المنتجات التي لها)

3 Horizontal integration - a company grows by combining with competitors.

← دمج بين أكثر من منافسة
← شركة واحدة تتكون من شركات في التوسع في تيراد من نفس المجال
Facebook - Whatsapp - Instagram

[4] Diversification (تنوع)

- Related diversification - When a company combines with other companies in different, but related industries.
← شركات الصناعة تشترك في نفس الموارد (المنتجات متقاربة)
- UnRelated diversification - When a company combines with Firm in different and unrelated industries.
← منتج Rio بالمشروبات الغازيات (Huda) ليس له علاقة بالزيتون

[2] Stability Strategy - a corporate strategy in which an organization

continues to do what it is currently doing. (الاستمرار على الوضع الحالي) → Doesn't grow but doesn't fall. ← لا تنمو ولا تنهار

[3] Renewal Strategy - a corporate strategy designed to address declining performance.

Two Types :-

- [1] Retrenchment Strategy → a short-run renewal strategy used for minor performance problems.
← استراتيجية قصيرة المدى / خطر / انخفاض الأداء
- [2] Turnaround Strategy → When an organization problems Cutbacks, Restructure are more serious, more drastic action is needed.
← إعادة هيكلة / إعادة التنظيم / إعادة الهيكلة / إعادة الهيكلة / إعادة الهيكلة

How are Corporate Strategies managed?

→ Corporate Portfolio Analysis - is used when an organization's Corporate Strategy involves a number of business.

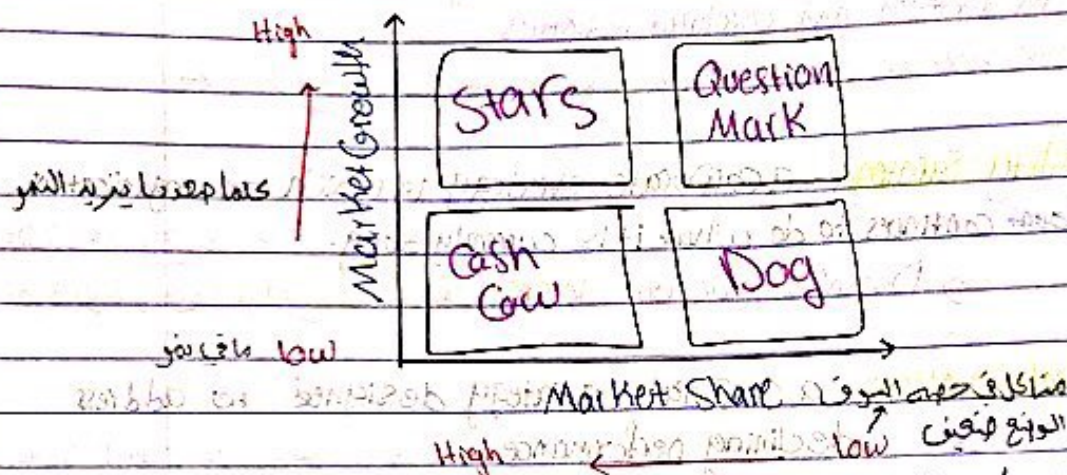
← كيف ندير الأعمال في الإدارة (Business Portfolio) ←

→ Managers can manage this portfolio of businesses using a corporate portfolio matrix, such as the (BCG) Matrix (developed by the Boston Consulting Group)

← business business ← market share ← growth rate ← (2x2 Matrix) ←

⇒ **BCG Matrix** - a strategy tool that guides resource allocation decisions on the basis of market share and growth rate of SBUs. (2*2 matrix)

← أراء استراتيجية توجه قرارات تخصيص الموارد على أساس معدل النمو
 معدل نمو وحدات الأعمال



Stars ⇒ High Market Share, High anticipated growth rate

Cash Cow ⇒ High Market Share, low anticipated growth rate

Question Mark ⇒ low Market Share, High anticipated growth rate

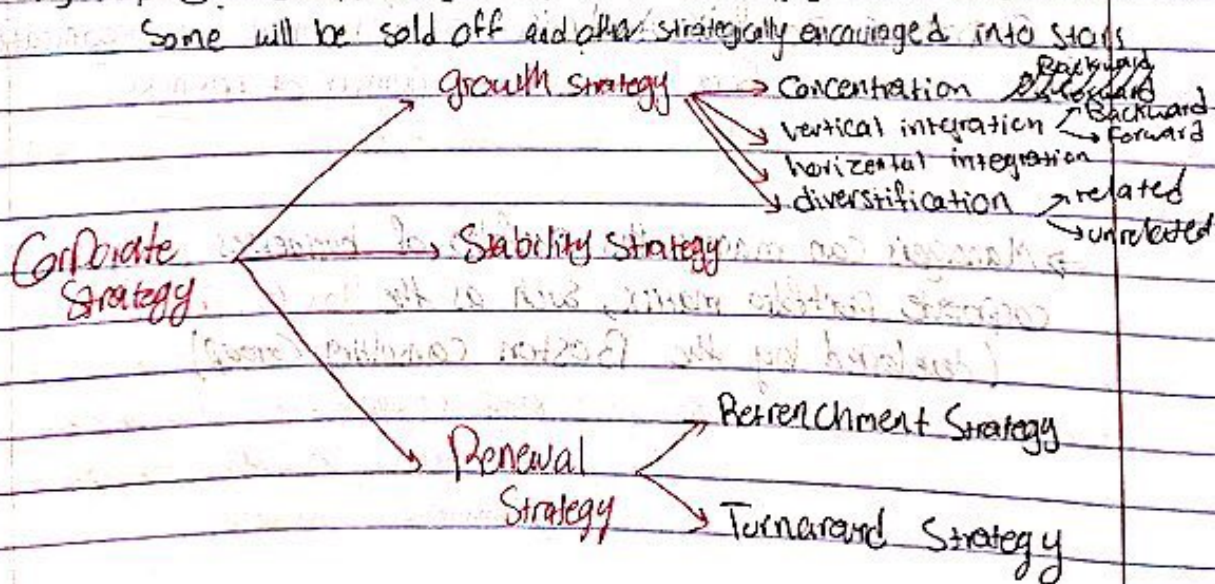
Dog ⇒ low Market Share, low anticipated growth rate

Dog ⇒ Should be sold or liquidated

Cash Cow ⇒ use cash to invest in Stars

Stars ⇒ use cash to invest in Stars

Question mark ⇒ Some will be sold off and other strategically encouraged into stars



2 Competitive Strategy :-

- An organization Strategy for How an organization will compete in its business(es)
 كيف ومن اذو المؤسسة تنافس في السوق / آليات وخطة المنافسة في السوق على انما هو ورفقة (خلف من المنافسة)

→ Strategic Business Unit (SBU)

- the single independent businesses of an organization that formulate their own competitive strategies.

← الوحدة الاستراتيجية (business unit) كل كلمة تنافس الكلمة الثانية. المنافسة من اذو البنوك

→ Competitive advantage (الميزة التنافسية)

- What sets an organization apart; its distinctive edge

العوامل التي يتميز بها ال Unit عن المنافسين الموجودين في السوق

→ Quality as a Competitive advantage.

الجودة

→ Design Thinking as a Competitive Advantage.

→ Social Media.

→ Sustaining Competitive Advantage

⇒ by doing something that others cannot do or doing it better than others can do it.

← عمل شيء الاخرين غير قادرين على عمله

← او عمله بطريقة افضل من الاخرين

Core Competencies → Sustainable Competitive Advantage → Value

↳ Capability / skills

→ Five Forces model - Michael Porter

تحقيق ال industry attractive

- determine industry attractiveness and profitability
 الربح والجدية اقتصاديا

1 Threat of new entrants

- How likely is it that new competitors will come into the industry?

Such as → Capital requirement, no brand loyalty, low government regulation

← تهديدات يجب تقييمها قبل دخول السوق في حال غيابها يكون السوق (Attractive)

[2] Threat of substitutes: تهديدات السلع البديلة

How likely is it that other industries' products can be substituted for our industry's products.

هل هي السلع البديلة الموجودة في السوق التي يمكن استبدالها بمنتجاتنا؟
في حال كانت هناك منتجات ذات جودة عالية وتمثل استبدالها (تتكون تهديد)

⇒ Not necessarily to be the same products but fits the same needs

[3] Bargaining power of buyers: قوة الشراء أو القوة التفاوضية

How much bargaining power do buyers (customers) have?

حجم الزبائن في نوعية المنتجات والسفر، قوة تأثير المشتري على إدارة الشركة
في حال كانت الزبائن قليلو ومتنوعون (unattractive)
في حال كانت الزبائن كثرة ولا يمكن التفاوض (attractive)

[4] Bargaining power of Suppliers (الموردين): القوة التفاوضية للموردين

How much bargaining power do suppliers have?

هل المورد قليل ومتنوع؟
⇒ كلما زاد عدد الموردين، كلما كان الموردون أكثر جاذبية (more attractive)

[5] Current rivalry (المنافسين): المنافسة الحالية

How intense is the rivalry among current industry competitors?

هل المنافسة شديدة بين المنافسين داخل السوق؟
هل المنافسون يركزون على خفض التكاليف أم على تحسين الجودة؟

Choosing Competitive Strategy: اختيار استراتيجية تنافسية

[1] Cost leadership Strategy → when an organization competes on the basis of having the lowest costs (cost or expenses) not price, in its industry

تركز على التكاليف، أي يكون عندها التكاليف المنخفضة سواء كانت
كم الزبائن يدفعون لأنهم لا يهتمون بالتكاليف (Customer are sensitive price change)

لأنهم يهتمون بالأسعار
⇒ قادر بدخول السوق بسعر أقل لأنه يستطيع خفض التكاليف (تكاليف قليلة)

[2] Differentiation Strategy $\Rightarrow$ a company that competes by offering unique products that are widely valued by customers $\Rightarrow$ Customer loyalty such as $\rightarrow$ High quality, superior services, innovative design (Customer not sensitive)

$\leftarrow$ عاؤلوا خلف (ولاء الزبائن) ودخول السوق بسرعالى وبتكوره خستوا فقل
والجودفعالى بالامضافه لخدمات اضافيه (مفاده مكافئه) ومستعدين يدفعوا
الزبائن والعملاء غير حساسين لتغير الاسعار

[3] Focus Strategy $\Rightarrow$ involves a cost advantage (cost focus) or a differentiation advantage (differentiation focus) in a narrow segment or niche / more use in small business

$\leftarrow$ اخذ سريعه مفيه من المجمع (big size) (tall, big) $\leftarrow$ Focus / تركيز
 $\leftarrow$ بناء على مواصفات التميز لي انا اضرتها $\leftarrow$ جتار $\leftarrow$ نو $\leftarrow$
 $\leftarrow$ اذا كانه وفعى امالي لتي وما يركزوا ع الجودة $\leftarrow$ cost leadership
 $\leftarrow$ اذا كانت وفعى امالي غير وبتفوقوا بالجوده $\leftarrow$ Differentiation

$\Rightarrow$ Stuck in the middle: عدم اختيار اي من ال 4 استراتيجيات
When costs are too high to compete with the low-cost leader or when its products and services aren't differentiated

enough to compete with the differentiator.
 $\leftarrow$ عدم الميول لأي خطة استراتيجيه ولا يوجد اي ميزة تنافسيه (من الافضل اختيار واحد)

[3] Functional Strategy:

- the strategy used by an organization's various functional departments to support the competitive strategy.

Areas / departments $\Rightarrow$ الزوائر

كل دائرة لديها تفه خطة و HR $\leftarrow$ Training
Example $\Rightarrow$ HR Training, Finance $\Rightarrow$ Cut Costs, marketing $\Rightarrow$ new sales plan.