

يكتسب التخطيط الاستراتيجي أهمية كبيرة للمنظمات المصرية والعربية والأجنبية لاسيما مع تزايد سرعة وديناميكية المتغيرات البيوتكنولوجية العالمية والأقليمية والمحلية ، ورغم أنه من المفترض أن بيئة أى منظمة تفرز فرصا وقيودا، فإن بيئة المنظمات بالدول النامية بشكل عام تفرز قيودا أو تهديدات أكثر مما تفرز فرصا، الأمر الذي يستدعى الإدارة بهذه المنظمات للاعداد للآلية الثالثة، وبإستراتيجيات تنافسية تأخذ بالإعتبار التحديات التى تفرض نفسها عالميا وإقليميا ومحليا.

ومصر حاليا أحوج ما تكون الى تطبيقات التخطيط الاستراتيجي البيوتكنولوجي نظرا للزيادة السكانية المطردة وتناقص الرقعة الزراعية والانتاجية ، وانتشار مشاكل ملوحة التربة ونقص المياه ، وظاهرة الجفاف والتصحر والتأثيرات الضارة والخسائر الفادحة التى تسببها الآفات بالمحاصيل الزراعية مما يؤثر سلبا على الدخل القومي ، وكذلك على صحة المواطنين ولذلك كان الخيار التوجه نحو التخطيط الاستراتيجي البيوتكنولوجي - مدخل التنافسيه على المستقبل للوصول الى حل هذه المشاكل - فى مجالات الغذاء والزراعة والصحة والبيئة، ولتحقيق التميز ودعم القدرة التنافسية للشركات المصرية فى مختلف المجالات وعلى سبيل المثال فى أسواق التصدير ، وتخفيض الفاقد من المحاصيل الزراعية بإستخدام إستراتيجيات تكون نواتها الهندسة الوراثية ، وتعظيم العائد الاقتصادى وزيادة انتاجية المحاصيل الزراعية ، وانتاج محاصيل بيوتكنولوجية عالية الأمان .

ويحتوى الكتاب على ثلاثة فصول وهى كالتالى :

الفصل الأول: التخطيط الاستراتيجي كمنهج ويتضمن مفهوم التخطيط الاستراتيجي بوجه عام والتخطيط الاستراتيجي التسويقي بوجه خاص ، وأبعاد وعمليات وأهداف ومزايا التخطيط الاستراتيجي التسويقي ، وخصائص المنظومة الاستراتيجية ، وعملية التفاعل بين التخطيط والتنفيذ والرقابة ، وعناصر النظام المتكامل للإدارة الاستراتيجية ، ودور الإدارة العليا فى عملية الإدارة والأنماط المختلفة من الإدارة الاستراتيجية ، والإدارة والمنظومات الاستراتيجية التصديرية .

يوضح الفصل الثانى: الاستراتيجية التنافسيه المتكامله وتحليل وتقييم المنافسة وعملياتها، وأسلوب الدراسة المقارنة لأداء المنافسين، وعناصر نموذج التنافسية على المستقبل، والنظرة الجديدة للمنافسة، وتخطيط خصائص وفئات العملاء الحاليين والمستهدفين ، وتوصيف الأسواق والمناطق الجديدة والمستهدفة والتحليل والتوصيف

المتكامل للقطاعات السوقية ، وأهم خصائص واتجاهات المنافسين الرئيسيه ، وأدوات وأساليب المنافسة، وتحقيق المراكز التنافسية، والمؤشر العالمى للقدرة التنافسية للدول العربية .

ويتناول الفصل الثالث: التخطيط الاستراتيجى البيوتكنولوجى وأدواته، مثلث التصدير الفعال للصادرات البيوتكنولوجية، والرسالة ومعايير تقويمها، والأهداف، واستراتيجية السوق الدولى للمحاصيل البيوتكنولوجية، وبرامج التصدير، كما تم عرض البيئة الخارجية العامة والخاصة وعوامل النجاح ومحاور صياغة الاستراتيجية التنافسية للشركة ، والمستويات الثلاث لتحليل البيئة فى ظل عملية التصدير، وكذلك التحليل الداخلى والخارجى والرابعى ونواحى القوة والضعف بالتفصيل، ومصفوفة اختيار الاستراتيجيات البيوتكنولوجية الكلية ، واتخاذ قرار التصدير فى ضوء التحليل البيئى، والكفاءة والفعالية والانتاجية للصادرات البيوتكنولوجية

أسأل الله التوفيق ، والله من وراء القصد وهو الهادى الى سواء السبيل .

المؤلف

د. عبد الله الحسيني السعيد

٢٠١٠