

أثر التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية ودور التوجه الاستراتيجي

أسم الطالب

ثامر محمد سليمان السندي

2021205396

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول- 2024

المقدمة:

في الوقت الحاضر، تتميز الأسواق بدرجة عالية من الديناميكية والتغير، وتتأثر بشكل كبير بالمتغيرات البيئية المتعددة، كالمغيرات الاقتصادية والاجتماعية والديمغرافية والسياسية والتكنولوجية. لهذا السبب، يتعين على المنظمات، بمختلف أشكالها وأنواعها، أن تتجاوب مع هذه التحولات من خلال تطوير استراتيجيات إدارية وتسويقية فعالة تمكنها من التكيف مع هذه البيئة المتغيرة والتحديات التي تعرضها لمواجهة المنافسة العالمية الجديدة. كما أن الانفتاح الواسع على نشاطات الأعمال الدولية أدى إلى تصاعد المنافسة بين شركات المشاريع الإنشائية الهندسية. ونتيجة لذلك، زاد إدراك مديري هذه الشركات لضرورة وضع استراتيجيات متميزة تتناسب مع متطلبات السوق، بمنهجية مبنية على فهم دقيق لسلسلة القيمة للزبائن وطبيعة المنافسة في القطاع، وتعزيز آليات التكامل الداخلي في الشركات، وقد تم تحويل هذا الفهم إلى مجموعة من الأنشطة والتطبيقات، بهدف تعزيز قدرة هذه الشركات على تحقيق أقصى قدر من الأداء، خاصة في ظل التحديات والفرص المتزايدة في السوق (الهاشمي، 2011).

ويعد تبني وتصميم إستراتيجية تسويقية ناجحة أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحقيق أهداف الشركات الإنشائية، حيث أن وجود إستراتيجية تسويقية فعالة لهذه الشركات يلعب دوراً بارزاً في تعزيز قدرتها على المنافسة، وتحقيق النجاح بسرعة، وتحسين أدائها، وتقليل التكاليف، وبناء علاقات قوية مع العملاء. وهذا يمكنها من تميز نفسها في مجال تقديم الخدمات الإنشائية، وتلبية احتياجات ورغبات العملاء والمستفيدين، وبالتالي الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب المزيد من العملاء المحتملين. ونظراً لأن التعقيد والتغير المستمر يمثلان سمتين أساسيتين في البيئة التسويقية للشركات الإنشائية، فإنه يتطلب من مديري التسويق القدرة على التكيف السريع مع التحولات في

البيئة لمواجهة التحديات والسعي للحصول على ميزة تنافسية تمكن تلك الشركات من المنافسة بفعالية (Morgan, 2003).

لذا، تأتي هذه الدراسة لاختبار أثر التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية ودور التوجه الاستراتيجي من خلال دراسة إحدى الشركات في هذا القطاع، وذلك بهدف فهم كيفية تأثير التوجه السوقي على أداء هذه المشاريع وكيفية تحديد استراتيجيات التسويق المناسبة لتحقيق النجاح في هذا القطاع المتغير بسرعة.

مشكلة البحث:

تواجه المشاريع الإنشائية الهندسية مجموعة متنوعة من التحديات والمشكلات التي تؤثر على أدائها ونجاحها في السوق، من بين هذه التحديات، يعاني القطاع من تحديات التنافس الشديد والتغيرات السريعة في متطلبات السوق وتطلعات العملاء، حيث يجب على أي منظمة -دون النظر إلى حجمها- أن تدرك تمامًا وضعها الحالي في ظل الانفتاح العالمي والنمو الاقتصادي الذي شهده العالم في الفترة الأخيرة، والذي أدى إلى الانفتاح إلى دخول العديد من الشركات الدولية إلى قطاع الإنشاءات والهندسة، سواء لتوسيع نطاق عملياتها على المستوى العالمي أو لاستكشاف فرص جديدة في بيئات متعددة، ونتيجة لهذا الوضع، تشتد حدة المنافسة بين الشركات، حيث يشير بعض المدراء إلى أن الفشل الذي يعاني منه العديد من الشركات يعود إلى نقص التوجه الاستراتيجي لدى مديريها، والذي ينعكس بشكل مباشر على مستوى أدائها (Laforet, 2009).

ونظراً لإدراك الشركات الإنشائية لأهمية فهم وتقدير تأثير التغيرات البيئية وضرورة التكيف معها، فإنها تستخدم استراتيجيات وتكتيكات متنوعة لمواجهة التهديدات واستغلال الفرص البيئية. ومن ذلك، ينبغي التعرف على تأثير التوجه السوقي في إدارة المشاريع الهندسية لهذه الشركات، والتحقق من الدور المحتمل الذي يمكن أن يلعبه التوجه الاستراتيجي في تلك العملية، ونظراً لعدم توفر

دراسات تتناول هذا الجانب بشكل كاف، فإن الحاجة ماسة لإجراء دراسة تحليلية لتقييم التأثير المحتمل للتوجه السوقي على أداء المشاريع الهندسية للشركات، بالإضافة إلى فهم الدور الذي يمكن أن يلعبه التوجه الاستراتيجي في هذه العملية، وذلك جاءت هذه الدراسة، ويمكن تلخيص مشكلتها في التساؤل الرئيسي التالي: ما أثر التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية ودور التوجه الاستراتيجي؟

أهمية البحث:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية التوجه السوقي في قطاع الإنشاءات الهندسية ودور التوجه الإستراتيجي العدائي في تحقيق مستويات أداء متفوقة مقارنة بالمنافسين في نفس الصناعة، حيث ينظر مديرو الشركات الإنشائية الهندسية إلى التوجه الإستراتيجي العدائي كعامل حاسم يساهم في تحديد استراتيجياتهم واتخاذ القرارات التنافسية بناءً على فهم عميق لاحتياجات العملاء وتحركات المنافسين في سوق الأعمال، ويمكن تحديد أهمية الدراسة من خلال الاعتبارات العلمية والعملية التالية:

1.2 الأهمية النظرية:

١. إثراء المكتبة العربية بالمعلومات اللازمة عن أثر التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية ودور التوجه الاستراتيجي.

٢. إلقاء الضوء على أهمية استخدام التوجه السوقي والتوجه الاستراتيجي في تحسين أداء المشاريع الإنشائية الهندسية.

٣. احتواء الدراسة على متغيرات هامة، بالإضافة إلى أن مجتمع الدراسة ذات ثقل في المجتمعات العربية.

2.2

الأهمية العملية:

١. تقييم وتحليل الجوانب المتعلقة بأثر التوجه السوقي والاستراتيجي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية.
٢. تفيد هذه الدراسة كلا من واصفي السياسات والمسؤولين في قطاع الإنشاءات، كما أنها تفيد جميع الباحثين والدارسين في هذا المجال.
٣. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن الاستفادة منها في تحسين استخدام التوجه السوقي والاستراتيجي في تحسين أداء المشاريع الإنشائية الهندسية.

أسئلة البحث:

١. ما تأثير التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية؟
٢. ما تأثير التوجه الاستراتيجي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية؟
٣. ما هي الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات الإنشائية لتحديد توجهها السوقي؟
٤. ما هي التحديات التي تواجه الشركات الإنشائية في تنفيذ استراتيجيات التوجه السوقي والاستراتيجي؟
٥. ما هي الدروس المستفادة والتوصيات العملية للشركات الإنشائية بناءً على نتائج دراسة تأثير التوجه السوقي والاستراتيجي على أداء المشاريع الهندسية؟

المراجع:

- الهاشمي، أحمد شهاب محمد (2011). أثر التوجه السوقي على أداء المشاريع الإنشائية الهندسية ودور التوجه الاستراتيجي، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان-الأردن.

- Laforet, S. (2009). “Effects of size, market and strategic orientation on innovation in non-high-tech manufacturing SMEs”, European Journal of Marketing, Vol. 43 188–212.
- Morgan, Robert E & Strong, Carolyn A., (2003), “Business performance and dimensions of strategic orientation”, Journal of Business Research, Vol. 56: 163– 176.