

III - إستراتيجيات المؤسسات الصغيرة

إن المحيط الخارجي الذي تعمل فيه المؤسسات الصغيرة، يفرض عليها معرفة وتحليل الموارد المميزة، الأسواق، توقعات الطلب، ... وهذا يستدعي قدرات تكييف متطورة تنبع من شخص المقاول، تمكنه من تنمية تنافسية المؤسسة. والتفاعل لمواجهة تغيرات المحيط، ويتم ذلك من خلال إتباع استراتيجيات معينة يختارها المقاول وفق ما يراه مناسباً لمؤسسته، سنوضحها فيما يلي.

1. الإستراتيجيات الأساسية لبورتر:

تقوم المؤسسة الصغيرة باختيار فجوة سوقية في قطاع معين وتعمل على الحصول على ميزة تنافسية لضمان استمراريتها في هذا القطاع، سواء كان ذلك بتخفيض التكاليف مقارنة بالمنافسين، أو بفضل التمييز بتقديم أحسن الخدمات أو المنتجات للمستهلكين. وهذا ما يلخص الثلاث استراتيجيات لبورتر: استراتيجية التركيز، استراتيجية القيادة في التكلفة، واستراتيجية التمييز.

2. استراتيجية التفاضل:

ترتكز هذه الاستراتيجية على تطوير وتنمية الكفاءات في إطار العمل الجماعي، لتنظيم وتنسيق عمليات المؤسسة بأسرع وقت وأحسن من المنافسين، من خلال الإبداع الذي يميز المقاول صاحب المؤسسة.

3. استراتيجية التموقع:

وفقاً لهذه الاستراتيجية تقوم المؤسسة بتركيز أنشطتها حول مجموعة محدودة من المهن وتتبنى منطق التنوع، حيث تسعى هذه الاستراتيجية للمحافظة على أنشطة المؤسسة الصغيرة وفق مجال المحيط، وكذلك المحافظة على السيطرة المحكمة للموارد والكفاءات الخاصة بالمؤسسة، مبنية على تناسق وانسجام أنشطة المؤسسة وخبراتها.

4. استراتيجية المقاطعة:

إن الاستعدادات إلى التغيرات المفاجئة وغير المتوقعة للمحيط، يجعل من المقاطعة السريعة عامل نجاح للمؤسسات الصغيرة، هذا الانقطاع التنظيمي أو التجاري يعمل على تقسيم المؤسسة على شكل مجموعات، وتكمن هذه الاستراتيجية في بناء مجالات تنافسية جديدة للمؤسسة.

5. استراتيجية الليونة التنظيمية:

ترتكز هذه الاستراتيجية على قدرة المؤسسة على التكيف مع اضطرابات المحيط، بتوجيه مواردها وفقاً لذلك، وأن تقوم بالتوقعات المستقبلية الطويلة المدى لمواجهة الأسواق بالتركيز على التكنولوجيا فتسمح هذه الاستراتيجية للمؤسسة من التخلص من ضغط المحيط.

6. استراتيجية التحالف:

تسعى المؤسسات الصغيرة تبعاً لهذه الاستراتيجية، لاتمام كفاءاتها من خلال التحالف مع مؤسسات أخرى من نفس حجمها، وتستعين هذه المؤسسات بالتحالفات المتعلقة بالجودة، والمعنية أساساً بالوظائف اللوجستكية كالنقل والتخزين والإنتاج..

7. استراتيجية الشبكة والنمو الجماعي:

ترتكز هذه الاستراتيجية على امكانيات نمو المؤسسات الصغيرة وتطويرها ونجد أن مسيري هذه المؤسسات يعملون على توفير الوقت والوسائل الضرورية لتحقيق النمو، وبذلك تحقيق أهداف تحويل الموارد وتوسيع سوق الصادرات والإبداعات الخاصة بالمنتجات والتأكيد على الجودة والتعاونات المكملة، ومضاعفة فرص هذه المؤسسات في الأسواق الجديدة والمنتجات الجديدة.