

الاجابة النموذجية لامتحان الاستدراكي لمقياس التسيير الاستراتيجي  
دراسة حالة : المؤسسة (EADS (European Aeronautic Defence and Space Company)

**الأهداف: (4 نقاط)**

- تجديد المنتجات
- الحصول على حصة في السوق الأمريكية
- الرفع من عدد الزبائن والمساهمين
- ايجاد حل لمشكل الاختلاف النقدي
- المحافظة على الريادة العالمية في الطائرات المدنية والعسكرية

**التحليل الخارجي:**

**الفرص : (نقطة)**

- ضعف احتمال دخول منافسين جدد لوجود عوائق من بينها: النشاط يتطلب استثمار كبير، موارد بشرية ذات أداء عالي، ضرورة الجودة في المنتجات...

**المخاطر : (نقطتين)**

- منافسة Boeing. يتعامل مع نفس الزبائن و في نفس السوق و يعرض منتجات مشابهة من حيث الجودة و السعر . بالإضافة إلى أن له نفس حجم EADS بالتقريب.
- منافسة E7B7.

**التحليل الداخلي:**

**نقاط القوة: (4.5 نقطة)**

- المؤسسة ناتجة عن إندماج ثلاث مؤسسات أوروبية كبيرة متخصصة في الطيران
- تواجدها في السوق المدنية والعسكرية
- عرفت المؤسسة نجاحا كبيرا خاصة بالطائرة A380 والصاروخ Meteor
- تعد EADS الأولى عالميا في نشاطاتها الرئيسية (الطائرات المدنية و العسكرية)
- تخفيض التكاليف.
- ميزة القطاع العام : مما يميز EADS على منافسها المباشر Boeing هو كون الدولة مساهم رئيسي فيها.
- تطوير العلامة : ، تتعامل EADS مع أكبر الموردين لتتمكن من عرض أحسن المنتجات.
- قامت بشراء بعض الموردين من أجل السيطرة التامة عليهم.
- مصداقية المنتجات: اتخذت المؤسسة كل الإحتياطات اللازمة لمراقبة النوعية والأداء لتضمن لزبائناتها منتجات خالية من العيوب.

**نقاط الضعف: (نقطتين)**

- وصول معظم المنتجات إلى فترة النضج.
- الاختلاف النقدي أورو/ دولار : يشكل هذا الاختلاف خطر على نشاط المؤسسة فإن كل عقود البيع محررة بالدولار بينما تكاليف الإنتاج بالأورو.

**الاحتمالات الاستراتيجية الممكنة: (6.5 نقاط)**

- الذكاء الاقتصادي للمحافظة على الريادة العالمية في نشاطاتها الرئيسية (الطائرات المدنية و العسكرية)
- إدارة الجودة الشاملة، التحسين المستمر للابداع في تجديد المنتجات، مواجهة المنافسة، ولاء الزبائن وجذب زبائن جدد.
- التميز لمواجهة منافسة E7B7.
- تدويل المصانع إلى الأسواق الأخرى التي تتعامل بالدولار لوضع حد لمشكل الاختلاف النقدي.
- التدويل إلى السوق الأمريكية
- الاشهار بالجودة، مصداقية المنتجات، الريادة العالمية
- الإدارة بالمشاركة، الإدارة بالأهداف، ادارة المعرفة للابداع، تجديد المنتجات، مواجهة منافسة E7B7.