

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير
سنة أولى ماستر تسويق الخدمات
أستاذة المقياس: أ.د. إيمان بن زيان

الإجابة النموذجية لامتحان مقياس التحليل التنافسي والاستراتيجي

دراسة حالة مؤسسة سيم SIM

أهداف المؤسسة (3 نقاط):

- الريادة في السوق، رفع الحصة السوقية
- تقديم منتجات ذات معايير عالمية
- زيادة قدرات ومهارات العنصر البشري وتحقيق الرضا الوظيفي
- تحقيق الاستقرار المالي
- فتح فروع جديدة في الدول المجاورة
- توظيف أشخاص ذوي كفاءة

التحليل الداخلي (4.5 نقطة)

1. نقاط القوة

- مؤسسة SIM واحدة من أكبر المؤسسات وأبرزها على الساحة الاقتصادية الوطنية
- التنوع في المنتجات (مصدرات وعجائن)
- من قيم مؤسسة SIM تقديم منتجات ذات جودة عالية، تشجيع الإبداع والابتكار
- ولاء العملاء لعلامة المؤسسة SIM

2. نقاط الضعف

- التنوع في المنتجات (عيادة ومدرسة)
- تواجه مؤسسة SIM مجموعة من الضغوطات من قبل المؤسسات العمومية خاصة من قبل الضرائب، ومؤسسة حماية البيئة
- عدم حصول مؤسسة SIM على شهادة ISO

التحليل الخارجي (6 نقاط)

1. الفرص

- رفع الدولة الجزائرية الحد الأدنى للأجر الوطني المضمون
- تشجيع الدولة الجزائرية للإنتاج الوطني
- تخفيض الدولة من نسبة الواردات للمواد الغذائية

2. التهديدات

- منافسة قوية في السوق
- اهتمام معظم الجزائريين بالسلع المستوردة

- سوق المواد الغذائية غير مشبع، يشكل ذلك تهديد دخول المنافسون الجدد
- ارتفاع معدل البطالة في الجزائر بنسبة 20٪ وذلك لخسارة حوالي 100 ألف إلى 150 ألف وظيفة في ظرف جائحة كورونا
- يشهد المواطن الجزائري تراجع في القدرة الشرائية
- تراجع المواطن في اقتناء الكماليات (المشروبات الغازية)
- ارتفاع تكاليف المواد الأولية
- نقص منافذ التوزيع

الاتجاهات الاستراتيجية الممكنة (6.5 نقطة):

- استراتيجية التميز لمواجهة المنافسة وخطر الداخلين الجدد
- التكامل الخلفي لحل مشكل ارتفاع تكاليف المواد الأولية
- التكامل الأمامي لحل مشكل نقص منافذ التوزيع
- الاستراتيجيات الوظيفية:
 - وظيفة الموارد البشرية للاهتمام بالكفاءات وتحقيق الرضا الوظيفي
 - الوظيفة المالية لمعالجة المشكل مع الضرائب وتحقيق الاستقرار المالي
 - وظيفة البحث والتطور لزيادة الابداع والوصول الى معايير الإنتاج العالمية
 - الوظيفة التسويقية (التسعير) لعرض منتجات تتوافق مع القدرة الشرائية للزبائن
 - الوظيفة التسويقية (الترويج) لتنشيط المبيعات ومواجهة المنتجات المستوردة
 - وظيفة البحث والتطور لتحسين المنتجات والحصول على شهادة الايزو ومن ثم التمکن من التدويل الى الدول المجاورة
- ...