

الاجابة النموذجية لامتحان في مقياس التسيير الاستراتيجي
دراسة حالة: مؤسسة Henkel

الأهداف: (4 نقاط)

- الوصول إلى الريادة.
- تقوية حصصها السوقية في الأسواق التي تتواجد فيها.
- دخول أسواق جديدة في فترة قصيرة.
- تلبية حاجيات المستهلكين إلى أقصى حد ممكن.
- الاستثمار أكثر في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- مواجهة المنافسة.
- التوسع في الأسواق الجديدة.
- مواجهة تركيز المؤسسات في القطاع.
- إيجاد حل لارتفاع أسعار المواد الأولية.
- مواجهة الأزمة العالمية.
- إيجاد حل للمواد الكيميائية المضرة في المنتجات.

التحليل الخارجي:

1. الفرص : (نقطة)

- ظهور أسواق جديدة تتميز بنمو مستمر: الهند (معدل نمو 8% سنويا)، الصين (معدل نمو 9% سنويا)
- تتميز الصين بيد عاملة جذابة.

2. المخاطر : (2.5 نقطة)

- شدة المنافسة.
- نقص القدرة الشرائية بسبب الأزمة العالمية.
- تركيز المؤسسات في القطاع لزيادة الحصة السوقية والوصول إلى الريادة.
- توعية جمعيات حماية المستهلكين الزبائن لخطورة المواد الكيميائية المتواجدة في مواد التجميل.
- بينت دراسة حديثة أن ثلث مواد التجميل المتواجدة في الأسواق تحتوي على مواد مضرة للصحة.

التحليل الداخلي:

1. نقاط القوة: (3.5 نقاط)

- أقدمية المؤسسة.
- تعتبر مجموعة دولية كبيرة.
- المؤسسة متواجدة في 125 دولة.
- تملك أكثر من 750 علامة.
- مبيعات المؤسسة ونتائجها في تطور مستمر.
- تتفق المؤسسة نسبة معتبرة من رقم الأعمال في البحث التطور.
- تتميز منتجاتها بصورة جيدة.

2. نقاط الضعف: (نقطة)

- تعاني من ارتفاع أسعار موادها الأولية.
- تتميز بنقص في المرونة والبطء في حل المشاكل الداخلية.

الاحتمالات الاستراتيجية الممكنة: (8 نقاط)

- الذكاء الاقتصادي للوصول الى الريادة ومواكبة التطور التكنولوجي.
- إدارة الجودة الشاملة، التحسين المستمر لمواجهة المنافسة، تخفيض الأسعار، ارضاء الزبائن وكسب ثقتهم، المحافظة على الصورة الجيدة، تفادي استخدام المواد الكيميائية المضرة.
- التميز لولاء الزبائن وجذب زبائن جدد، مواجهة المنافسة.
- التكامل الخلفي لتخفيض تكاليف المواد الأولية.
- التحالف في التوريد لتخفيض تكاليف المواد الأولية.
- الأشهار بالصورة الجيدة، تواجدها في 125 دولة، الأقدمية، تعدد العلامات. لولاء الزبائن وجذب زبائن جدد، مواجهة المنافسة.
- الإدارة بالمشاركة، ادارة المعرفة لزيادة الابداع، مواكبة التطور التكنولوجي، زيادة المرونة.
- المسؤولية الاجتماعية لمواجهة المشاكل الداخلية.
- اليقظة البيئية لتفادي استخدام المواد الكيميائية المضرة.
- مقارنة الأداء لتطوير المرونة.
- التجارة الالكترونية لزيادة عدد الزبائن وتطوير الاتصال عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، زيادة الحصة السوقية.
- اليقظة التكنولوجية لتطوير الاتصال عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- التدويل الى الهند والصين لزيادة عدد الزبائن وتخفيض تكاليف الانتاج.
- الاتحاد أو دمج مؤسسة لدخول أسواق جديدة بسرعة.
- الاتحاد أو دمج مؤسسة لتقوية حصصها السوقية.
- الاتحاد أو دمج مؤسسة لمواجهة تركيز المؤسسات في القطاع.