

الإجابة النموذجية لمقياس التحليل الإستراتيجي والتنافسي

الجواب الأول: 10 ن

- تعرف الإستراتيجية حسب بورتر بأنها نظام رقابي داخلي.. خطأ.... هي الخيار الذي تتبناه المؤسسة بشأن موقعها في المحيط التنافسي.
- الإدارة الإستراتيجي هي التخطيط القصير الأجل... خطأ.. الإدارة الإستراتيجية هي فن وعلم صياغة وتنفيذ وتقييم القرارات متعددة الوظائف.
- يهدف التحليل التنافسي إلى إلغاء المنافسة وتقليد المنافسين... خطأ... يهدف إلى تحقيق ميزة تنافسية وفهم السوق والمنافسين.
- التحليل الموقفي هو تشخيص الوضع الراهن للمنظمة داخليا وخارجيا... صحيح.
- القوة التفاوضية للموردين تزداد عندما تكون البدائل كثيرة... خطأ... تزداد القوة التفاوضية للموردين عندما يحتكرون السوق ويكون عددهم قليل.
- تقوم ميزة القيادة بالتكلفة على التميز في العلامة التجارية... خطأ... تقوم على تحقيق أقل تكلفة مع جودة مقبولة.
- تهدف إستراتيجية التمايز إلى تقليص الأنشطة... خطأ... تهدف إلى تقديم قيمة فريدة يدركها الزبائن.
- تعتمد إستراتيجية التركيز على التوسع الدولي.... خطأ... تعتمد على خدمة شريحة سوقية محددة.
- يعتمد نموذج الساعة الإستراتيجية على بعدي التكلفة والموارد... خطأ... تعتمد على بعدي السعر والقيمة المدركة.
- إستراتيجية الهجين في نموذج الساعة هي الإستراتيجية ذات السعر المنخفض والقيمة المنخفضة... خطأ.... هي توازن بين السعر والقيمة.

الجواب الثاني: 10 ن

1. تحليل PESTEL

- سياسي (P) دعم الدولة للسياحة الداخلية.
- اقتصادي (E) انخفاض القدرة الشرائية يؤثر على الطلب.
- اجتماعي (S) تزايد اهتمام الأفراد بالسياحة المحلية.
- تكنولوجي (T) تطور المنصات الرقمية يشكل فرصة وتهديدا
- بيئي (E) الاهتمام بالسياحة المستدامة.
- قانوني (L) تشريعات تنظيمية مع إجراءات إدارية معقدة.

2. نموذج قوى بورتر الخمس

- حدة المنافسة: مرتفعة.
- تهديد دخول منافسين جدد: متوسط إلى مرتفع.
- تهديد البدائل: مرتفع (المنصات الرقمية).
- قوة الزبائن التفاوضية: مرتفعة.
- قوة الموردين التفاوضية: متوسطة.

3. تحليل سلسلة القيمة

الأنشطة الأساسية:

- التنظيم السياحي: خبرة جيدة.
- التسويق: ضعف في التسويق الرقمي.
- الخدمات: جودة مقبولة.

الأنشطة الداعمة:

- الموارد البشرية: كفاءات ميدانية.
- التكنولوجيا: ضعف في النظم المعلوماتية.

4. مصفوفة SWOT

نقاط القوة	نقاط الضعف
- خبرة طويلة - علاقات محلية	- ضعف الرقمنة - محدودية التمويل
الفرص	التهديدات
- دعم السياحة الداخلية - الطلب المتزايد	- تنافسية الرقمنة - تغير سلوك الزبائن

5. الخيارات الإستراتيجية المقترحة

- إستراتيجية التمايز: تقديم تجارب سياحية محلية أصيلة.
- إستراتيجية التحول الرقمي: تطوير منصة حجز وتسويق إلكتروني.
- إستراتيجية التحالف: شراكات مع فاعلين رقميين ومؤسسات محلية.