

الحل النموذجي لامتحان مقياس إدارة استراتيجية دورة عادية

الجزء الأول:

الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الخبير
المدرسة البيئية	المدرسة الثقافية	المدرسة الريادية	المدرسة التعليمية	المدرسة التخطيطية	المدرسة المناسبة

2. لا يمكن للمؤسسة الاعتماد على مدرسة واحدة فقط، لأن البيئة الحالية تتميز بالتعقيد والتغير السريع. لذلك تعتمد المؤسسات الحديثة على التكامل بين عدة مدارس لتحقيق فعالية أكبر.

الجزء الثاني:

تهديد المنتجات البديلة	شدة المنافسة	قوة الزبائن	قوة الموردين	حواجز خروج	حواجز دخول
توسع Netflix وتأثيرها على القنوات التقليدية	انخفاض أسعار الهواتف بسبب المنافسة بين الشركات	مقارنة المستهلكين للأسعار عبر الإنترنت	احتكار تقنيات البطاريات المتقدمة	ارتفاع تكلفة إغلاق مصنع طائرات	الحاجة إلى استثمارات ضخمة لإنشاء مصنع رقائق إلكترونية
			صعوبة بيع المعدات الصناعية الثقيلة	وجود براءات اختراع لشركات كبرى	

دراسة الحالة:

1. الرؤية: أن تصبح الشركة الرائدة عالمياً في الابتكار التكنولوجي والحلول الذكية المتصلة.

الرسالة: تطوير منتجات وتقنيات مبتكرة تحسن جودة حياة الأفراد وتلبي احتياجاتهم المستقبلية.

2.

التصنيف	الاستراتيجية
اختراق السوق	زيادة مبيعات الهواتف الحالية في السوق الأوروبية
تطوير المنتج	إطلاق هاتف ذكي جديد بتقنيات ذكاء اصطناعي
التنوع	دخول سوق السيارات الذكية
تطوير السوق	التوسع في السوق الإفريقية

3. المرحلة الحالية دورة حياة الهواتف الذكية هي: مرحلة النضج.

من خصائصها: تشبع الأسواق، شدة المنافسة، تباطؤ النمو، التركيز على التميز والابتكار، انخفاض نسبي في الأسعار.

القرار/التحليل الاستراتيجي	تصنيف McKinsey	تصنيف BCG	وحدة الأعمال
الاستثمار والتوسع	الفائزة	نجوم	الهواتف الذكية
المحافظة على النشاط وتحقيق الأرباح	الرابحة	أبقار نقدية	الشاشات الذكية
التقليص أو الانسحاب التدريجي	الخاسرة	كلاب	الأجهزة اللوحية
الاستثمار الانتقائي والتطوير	المبهمة	علامات استفهام	تقنيات الذكاء الاصطناعي

5. الخيارات على مستوى المؤسسة ككل: التوسع والنمو

نوع الاستراتيجية	الخيار الاستراتيجي
نمو داخلي	التوسع في الأسواق الإفريقية
تنوع	الاستثمار في الذكاء الاصطناعي
نمو خارجي	التحالفات الاستراتيجية مع شركات السيارات الذكية
تكامل	تطوير مصانع أشباه الموصلات

التعليل	استراتيجية وحدات الأعمال	SBU's
بسبب شدة المنافسة واعتماد Samsung على الابتكار والتكنولوجيا المتطورة والذكاء الاصطناعي لتمييز منتجاتها عن المنافسين.	استراتيجية التمايز	الهواتف الذكية
لأن النشاط ناضج ويهدف إلى تحقيق أرباح مستقرة عبر تخفيض التكاليف والاستفادة من وفورات الحجم.	استراتيجية التكلفة الأقل	الشاشات الذكية
من خلال التركيز على فئات محددة من الزبائن مثل الطلبة أو المهنيين بدل المنافسة الواسعة.	استراتيجية التركيز	الأجهزة اللوحية
لا اعتماد النشاط على الابتكار والتكنولوجيا المتقدمة وتقديم حلول ذكية متميزة.	استراتيجية التمايز	تقنيات الذكاء الاصطناعي