

## اسئلة نموذج استراتيجيات القوى التنافسية لنموذج بورتر والتي تفعل باستخدام نظم المعلومات

استخدام شركه بيع اجهزة الكترونية للانترنت لبيع منتجاتها يمثل تكتيك لاستخدام نظم المعلومات للوصول للاتي :

الجواب الصحيح / الريادة عن طريق السعر المنخفض -- اجابه الدكتور

فاستخدم نظم المعلومات ليميز عن المنافسين بقطاعه باستراتيجية الرياده عن طريق السعر ( سعر منخفض )

وحسب التحليل بنموذج بورتر للي وده يفهم ليش /

( قطاع بيع الاجهزة الالكترونية مثل الحاسب الالي ) مدى **خطورة** قوة المنافسين

( ١ ) قوة الموردين ( الي يوفرون البضاعه - شركات مصنعه ) --- متوسطه --- لانه الاستهلاك اعلى من التوريد وتشابه المنتجات

( ٢ ) قوة المنتجات والخدمات البديلة تغني عن شراء المستهلك ( مثل مقاهي الانترنت وتوفرها ورخصها ) --- متوسطه --- خطرنا غير عالي لانه ما عاد المستهلك يبحث عن جهاز الحاسب بالمقاهي اصبح متوفر

( ٣ ) العملاء المستهلكين --- عالية جدا --- لكثرة محلات لبيع الحاسب

( ٤ ) منافسين جدد بالسوق --- عالية جدا --- سهل دخول منافس بهذا القطاع

( ٥ ) المنافسين الحاليين --- عالية جدا --- للمنافسة الشديدة وعدم اختلاف المنتج

برنامج شركة تويوتا لتصنيع السيارات الذي يقوم بالتنقيب في بيانات العملاء بهدف مساعدة الشركة في بناء سيارات يرغبها العملاء يمكن تصنيفها علي انها استخدام لأنظمة المعلومات للاستراتيجية التنافسية الاتية:-

الجواب الصحيح / تقوية اعتمادية العملاء والموردين -- اجابه الدكتور

بدون ما احلل بنموذج /

( قطاع تصنيع السيارات مثل تويوتا ) ما افهم بالسيارات بس حاولت ☺

قوة الموردين ( عالية ) لانه وحيد لنوع هاذي السيارات وعملاء خاصيين يفضلون سيارات تويوتا (عالية)

■ فاستخدم نظم المعلومات ليميز عن المنافسين بقطاعه باستراتيجية تقوية اعتماد العملاء لتحسين منتجه من قبل الموردين يعني الشركة المورده تحسن صناعتها عن طريق راي العميل لتكسب ولاءه لاعتماده على منتجاتها

## استخدام شركة بيع كتب للانترنت لبيع الكتب يمثل تكتيك لاستخدام نظم المعلومات للوصول الى :

الجواب الصحيح / الريادة عن طريق السعر المنخفض -- اجابه الدكتور

فاستخدم نظم المعلومات ليميز عن المنافسين بقطاعه باستراتيجي الرياده عن طريق السعر ( سعر منخفض )

وحسب التحليل بنموذج بوتر للي وده يفهم ليش /

( قطاع بيع الكتب ) مدى **خطورة** قوة المنافسين

- ١) قوة الموردين ( لقلت المؤلفين --- ضعيفة --- غير كتاب معينين مشهورين والاعليبه ما يعرفهم احد -  
اقصد عالم لا يقرا ( العرب )
- ٢) قوة المنتجات والخدمات البديلة تغني عن شراء الكتاب - عالية -- ( لانه فية انترنت وقنوات فضانيه )
- ٣) قوة العملاء المستهلكين --- عالية جدا --- لقله دخل القارئ وقله حجم الطلب ع الكتاب
- ٤) منافسين جدد بالسوق --- عالية جدا --- سهل دخول منافس بهذا القطاع ومحاوله ايجاد سوق
- ٥) المنافسين الحاليين --- عالية جدا --- للمنافسة الشديده ايضا لقله حجم الطلب على الكتاب

## في مثال خارجي انا قراته عن مطعم فاخر يستخدم الانترنت للاعلان

طبعا هنا وبدون ما احلل ليش استخدم هالطريقه الجواب ( التركيز على شريحة تسويقية )لاجل تخدم قطاع معين من العملاء

بالتحليل /

- ١) قوة المنافسين الحاليين (بشكل عام الخطورة بسوق بتكون متوسطه لانه المطاعم الشبيهه فيه عددها محدود )
- ٢) قوة المستهلكين بتكون ايضا متوسطه لانه اسم المطعم مهم عند عدد محدود من العملاء وشريحة معينة يهتمها هالنوع من المطاعم
- ٣) بقية القطاعات ما في خطر منها ( الموردين ) المطاعم ما تعتمد على موردين باستمراريتها
- ٤) بدائل ( ضعيفة ) لمطاعم شبيهه لقلتها
- ٥) المنافسين الجدد ( ضعيفة ) لارتفاع تكلفة المطعم ومكانه وولاء العملاء زباين المطعم

ويعطيكم العافية اتمنى اكون اصبت واعتمدت ع الفيديو الي نزلوه اعضاء الورشه

بالفهم والتحليل الله يعافيههم

وبعض القراءات بمحتويات تشرح نموذج بوتر واستراتيجياته

--- اختكم ندى موسى