

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

SooonA

26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43

1

- تحليل البيئة التنافسية - تدعيم الاتجاه التسويقي للمنظمة - مراجعة مهام واعمال المنظمة طبقا لابعاد الجودة الشاملة
- اهمية استخدام التكنولوجيا في تقديم صناعة المنظمة - جميع ما سبق

2

- مجلس الادارة - المستشارون - الرؤساء - العاملين - الملاك - جميع ما سبق غير صحيح

3

- الفعالية التنظيمية - الكفاءة التنظيمية - السياسات التنظيمية - البيئة العامة - البيئة الخاصة

4

- السياسات التنظيمية - القواعد - البرامج - الاجراءات - ب&د

5

- أنشطة البحوث والتطوير - شؤون الانتاج والعمليات - حدة المنافسة من الشركات - الشؤون المالية والحاسبية - جميع ما سبق

6

- القواعد - الاجراءات - التكتيك - جيع ما سبق - جميع ما سبق غير صحيح

7

- الميزة التنافسية - الكفاءة الوظيفية - العولمة الادارية - القواعد الادارية - جميع ما سبق غير صحيح

8

- مرحلة التوجه البيئي - مرحلة التوجه بالتخطيط طويل المدى - مرحلة التوجه الاستراتيجي المتكامل - مرحلة التوجه الاستراتيجي المحدود

9

- الاسواق والمنتجات - الصورة العامة والاسواق - العملاء والبقاء - جميع ما سبق - جميع ما سبق غير صحيح

10

5

- مرحلة عدم وضوح الرسالة - مرحلة وضع رسالة محددة

- مرحلة مراعاة الاولويات في عرض مضمون الرسالة - مرحلة وضع رسالة عامة

11

- استراتيجية المنظمة - استراتيجية وحدات الاعمال - استراتيجية الوظائف - جميع ما سبق - جميع ما سبق غير صحيح

12

- استراتيجية المنظمة - استراتيجية وحدات الاعمال - استراتيجية الوظائف - جميع ما سبق - جميع ما سبق غير صحيح

13

- الاستعداد لتلقي الافكار الغير مدروسة جيدا - الاستعداد لتجاهل سياسات المنظمة

- القدرة على اصدار قرارات سريعة - ارتفاع مهارة الانصات الفعال - جميع ما سبق

- المنظمات التي تقدم المنافع الاقتصادية
- جمعيات المصالح المتبادلة
- منظمات المصالح العامة
- ا&ب معا
- المنظمات الخدمية
- جميع ما سبق غير صحيح

- المنظمات التي تقدم المنافع الاقتصادية
- جمعيات المصالح المتبادلة
- منظمات المصالح العامة
- ا&ب معا
- المنظمات الخدمية
- جميع ما سبق

- الواقعية والموضوعية
- مراعاة ديناميكية التنظيم وممارساته المتوقعة مستقبلا
- الوضوح ودقة التعبير
- الوصف العام لكيفية تحقيق النتائج
- جميع ما سبق
- جميع ما سبق غير صحيح

- العملاء
- الاسواق
- الصورة العامة
- الفلسفة
- جميع ما سبق
- جميع ما سبق غير صحيح

- المنتجات
- المفهوم الذاتي
- الصورة العامة
- العاملين
- جميع ما سبق
- جميع ما سبق غير صحيح

- الغايات
- الاهداف
- الرسالة
- الفرص

- تبعد عن التفاصيل الدقيقة
- الشمول
- طول الاجل
- التركيز على التفاصيل الدقيقة
- جميع ما سبق غير صحيح

- الاستراتيجية
- الرسالة
- القواعد
- الانتاجية
- جميع ما سبق غير صحيح

- البيئة الخاصة
- البيئة العامة
- الفعالية التنظيمية
- الثقافة التنظيمية
- جميع ما سبق غير صحيح

- العوامل الاجتماعية
- العوامل الاقتصادية
- العوامل السياسية
- العوامل التشريعية
- العوامل القانونية

- العوامل الاجتماعية
- العوامل الاقتصادية
- العوامل السياسية
- العوامل الثقافية
- العوامل القانونية

- الموردون
- العملاء
- الممولون
- الوسطاء

- الوسطاء
- الممولون
- المنافسون
- الموردون
- جميع ما سبق

- مقدموا التسهيلات والتيسيرات والخدمات المختلفة
- الحكومة
- العملاء
- العوامل التكنولوجية
- المنافسون

– قوة الموردين – منتجور السلع البديلة – المنافسون الجدد المحتملين – الحكومة – قوة المشتريين

– الاداء التاريخي – التحليل الوظيفي – البيئة الخاصة – تحليل النسب – جميع ما سبق

– ادارة الافراد – ادارة التسويق – ادارة الانتاج – ادارة التمويل – جميع ما سبق

– ادارة الافراد – ادارة التسويق – ادارة الانتاج – ادارة التمويل – جميع ما سبق

– ادارة الافراد – ادارة التسويق – ادارة الانتاج – ادارة التمويل – جميع ما سبق

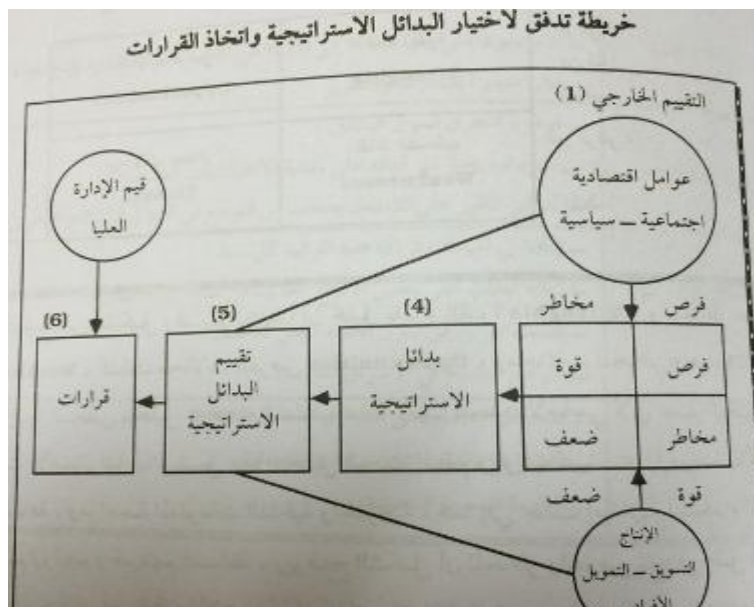
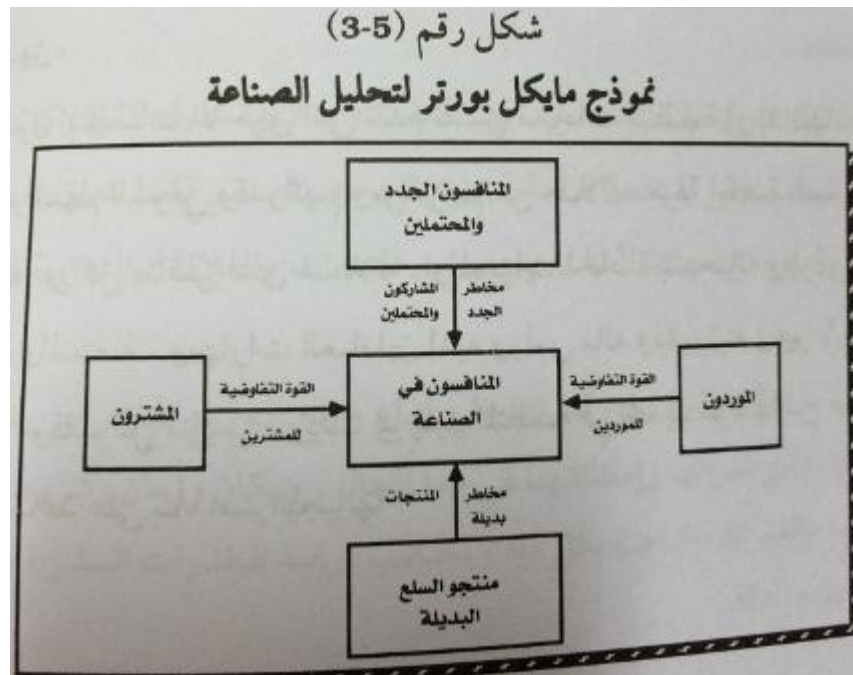
– الاداء التاريخي – التحليل الوظيفي – البيئة الخاصة – تحليل النسب – التقديرات الحكمية

– استراتيجية التركيز – استراتيجية التنوع المرتبط – استراتيجية التنوع الداخلي – استراتيجية الاندماج

– استراتيجية التركيز – استراتيجية التنوع المرتبط – استراتيجية التنوع الداخلي – استراتيجية الاندماج

– استراتيجية التنوع الرأسي الامامي – استراتيجية التركيز – استراتيجية التنوع الافقي – استراتيجية التنوع الرأسي الخلفي

– استراتيجية التنوع الرأسي الامامي – استراتيجية الانكماش – استراتيجية التنوع الافقي – استراتيجية التنوع الرأسي الخلفي



شكل رقم (3/6)
درجة الرقابة والتحكم من قبل المنظمة

درجة الرقابة والتحكم من قبل المنظمة			
لاتخضع لرقابة وتحكم المنظمة		تخضع لرقابة وتحكم المنظمة	
مجاللات فرص	Opportunities	نقاط القوة	Strengths
مجاللات مخاطر	Threats	نقاط الضعف	Weaknesses

ويتضح من الشكل رقم (3/6) أن تحليل نقاط القوة Strengths ، ونقاط الضعف

أبعاد ومتغيرات نموذج جماعة بوسطن

مرتفع	النجوم Stars	علامات الاستفهام Question Marks
معدل النمو فد نشاط الصناعة التح تنتمك إليها المنظمة	درجة النمو في النشاط عالية/ حصة الشركة في السوق عالية	درجة النمو في النشاط عالية/ حصة الشركة في السوق منخفضة
منخفض	البقرة الحلوب Cash Cows	الكلاب Dogs
	حصة الشركة في السوق عالية/ درجة النمو في النشاط منخفضة	حصة الشركة في السوق منخفضة/ درجة النمو في النشاط منخفضة

إطار ماكينزي لتحقيق فعالية تنفيذ الإستراتيجية

