

المركز الجامعي مرسلني عبد الله تيبازة
معهد العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

التصحيح النموذجي لامتحان السداسي الأول للسنة الأولى ماستر تخصص: تسويق الخدمات

مقياس: التسويق الاستراتيجي للخدمات

أستاذ المقياس: د. بن جيار محمد

تعتبر فنادق ومنتجعات **four Searons** أحد الشركات العالمية الرائدة في ميدان الفنادق التي تم انشاؤها سنة 1960، ويقع مقرها بتورنتو كندا والمملوكة لرجلي الأعمال " الوليد بن طلال، بيل جيتس " بالشراكة. تسعى الشركة للتطوير المستمر في ميدان الخدمات الفندقية والسياحية، إلا أن الظروف الحالية التي يمر بها القطاع السياحي بعد الجائحة لم يستثني الشركة أيضا.

1- تعمل الشركة الفندقية four seasons في ضل متغيرات بيئية، اذكر أبعادها باختصار؟ (2ن)

البيئة الجزئية: الشركة، الموردون، الزبائن، المنافسة، الجمهور العام 1ن

البيئة الكلية: البيئة الطبيعية، البيئة السياسية القانونية، البيئة الديموغرافية، البيئة الاقتصادية، البيئة التكنولوجية، البيئة

الاجتماعية الثقافية. 1ن

2- قم بتحليل العبارات الآتية حسب نموذج SWOT (قوة، ضعف، فرصة، تهديد) الخاصة بشركة four seasons؟ (6ن)

- تمتلك الشركة خبرة 62 سنة في ميدان الفنادق **قوة 1ن**

- تمتلك الشركة 127 فندقا ومنتجعا، 50 عقارا سكنيا فاخرا بالمناطق السياحية والمدن الكبرى في 47 دولة **قوة 1ن**

- يعرف سوق الفنادق ركودا اثناء وبعد جائحة كورونا **تهديد 1ن**

- تعتبر الأسعار المطبقة من طرف الشركة مرتفعة بالمقارنة مع منافسيها **ضعف 1ن**

- زيادة المنافسة في سوق الفنادق في الآونة الأخيرة، خصوصا بعد دخول منافسين أقوى جدد للسوق العالمية **تهديد 1ن**

- ما يعاب على الشركة هو التسيير السيئ للنفايات ما يسبب لها انتقادات من طرف حماة البيئة **ضعف 1ن**

3- قامت الشركة بالعمل على تقسيم أحد الاسواق الافريقية من خلال المعيار "السلوكي" إلا أن الشركة فشلت في الوصول إلى أهدافها بسبب شح البيانات، ولم تتحصل على نتائج مرضية. (4ن)
للوصول الى قطاعات سوقية جذابة ومهمة، ولاستغلال القطاع السوقي بكفاءة ينبغي توافر المعايير والاعتبارات التالية:

- الجاذبية والقدرة على قياس القطاع السوقي 1ن
- القدرة على الوصول الى القطاعات السوقية 1ن
- كبر حجم القطاع السوقي 1ن
- التجانس 1ن

ما هي معايير تقسيم السوق الأخرى التي يمكن أن تقترحها على الشركة الفندقية؟ (3ن)

- المعيار الجغرافي 0,75 ن
- المعيار الديموغرافية 0,75 ن
- المعيار النفسي 0,75 ن
- معيار الارتباط بالسلعة أو الخدمة 0,75 ن

4- حدد نوع استراتيجية التموقع المتبعة من طرف الشركة (مصفوفة الجودة والسعر): (1ن)

توفر شركة **four seasons** عروضاً مميزة، كما أن هذه العروض لا تقتصر على توفير الجودة العالية فقط، إنما توفر مكانة مميزة، وأسلوب حياة أرقى (جودة عالية وسعر مرتفع) 1ن

5- حدد الاستراتيجية العامة حسب porter التي تتبعها شركة **Four seasons**: (1ن)

تنشط شركة **four seasons** في ميدان الخدمات الفندقية والضيافة، حيث تعبر خدمات الشركة راقية وذات جودة، بالإضافة الى موقع فنادقها المميز الذي يقع في مناطق جذب سياحي (القيادة بالتمايز) 1ن

6- حدد استراتيجية النمو التي تتبعها الشركة في كل من الحالات الآتية: (3ن)

- تسعى فنادق **four seasons** الى زيادة حملاتها الاتصالية من خلال الاستعانة بمؤثرين عالميين، من خلال نشر مغامراتهم في المنتجات الفاخرة المملوكة للشركة بالمناطق الدافئة، لتحفيز الطلب في فترة الركود الشتوية (استراتيجية اختراق السوق) 1ن

- أعلنت شركة **Four seasons** لليخوت في سبتمبر 2022 لأول مرة انها ستطلق خدمة **Four Seasons Yachts** الخاصة بالفنادق على متن اليخوت، واسندت مهمة بناء وتصميم اليخوت الثلاثة الأولى: الى الشركة الإيطالية **Fincantieri** وآخرون (استراتيجية التنويع) 1ن

- تسعى الشركة لتوسيع نشاطها في منطقة الخليج العربي في كل من الإمارات العربية المتحدة، قطر، والمملكة العربية السعودية لمواجهة الطلب المتنامي لتلك الأسواق (استراتيجية تنمية السوق) 1ن