|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | به نام خدا |  |
| **دانشگاه تهران**  **دانشکده‌ مدیریت**  **مدیریت استراتژیک**  **تمرین 6 ام** | | |

|  |  |
| --- | --- |
| محمد مشرقی | نام و نام خانوادگی |
| 430001018 | شماره‌ دانشجویی |
|  | تاریخ ارسال گزارش |

­

# بخش اول : سوالات

شرکت 1 Cost leadership (رهبری هزینه):

ویژگی‌های شرکت: اقامتگاه اقتصادی، خدمات محدود و اساسی، عملیات کارآمد با قیمت مناسب و رقابت پذیر

بازار هدف: مسافران حساس به قیمت و امکانات متوسط

پشتیبان: رکود اقتصادی، افزایش قیمت سوخت باعث افزایش مسافران به دنبال اقامت ارزان و تقاضا بیشتر

تهدید ها: رشد اقتصادی و cost leadership

و differentiation

شرکت 2 (تمایز):

ویژگی‌ها: اقامتگاه لوکس، خدمات عالی، تجربه منحصربفرد که بقیه مکان ها ارائه نمی دهند.

بازار هدف: مسافران ثروتمندی و دنبال تجربه های منحصر به فرد هستند و با کیفیت هستند

پشتیبان: رشد اقتصادی، افزایش درآمد طبقات مرفه

تهدید: رکود اقتصادی، کاهش تقاضای سفرهای لوکس و cost leadership

و differentiation

شرکت 3 (تمرکز هزینه):

ویژگی‌ها: اقامت اقتصادی، خدمات محدود با کاهش هزینه، مکان‌یابی اختصاصی و با بازار هدف خاص با بقیه رقابت می کند.

بازار هدف: گروه‌های خاص مسافران که کم‌بودجه هستن

پشتیبان: افزایش تقاضا از سوی گروه‌های هدف در بازار

تهدید: کاهش تقاضای سفر در گروه‌های هدف cost leadership

و differentiation

شرکت 4 (تمرکز تمایز):

ویژگی‌ها: خدمات سفارشی، تجربیات منحصربفرد، مکان‌یابی تخصصی و بازار خاص

بازار هدف: گروه‌های خاص مسافران

پشتیبان: روند رو به رشد سفرهای تخصصی و ماجراجویانه و باز خاص

تهدید: کاهش علاقه به سفرهای تخصصی با توجه به هدف شرکت

شرکت 5 (گیر افتادن در وسط):

ویژگی‌ها: ترکیبی از خدمات اقتصادی و لوکس، بازار هدف وسیع که در هر دو دسته نمی توان به عنوان یک شرکت موفق نامبرد

بازار هدف: مسافران نامعلوم و سلیقه ای

پشتیبان: دنبال راهکار های نوین و جدید و برای کمک به مشتریان خود و استفاده از فناوری جدید

تهدید: ناتوانی در رقابت بر مبنای قیمت یا تمایز و رقابت شدید cost leadership

و differentiation