

المستخلص

محمد حافظ. ٢٠١٥. . بحث جامعي: استراتيجية المنافسة في تكثير مقدار عدد العاملين (دراسة حالة في شركة أوتو بوس المبارك).

المشرف: الدكتور نور أسناوي الماجستير

الكلمة الرئيسية: استراتيجية المنافسة: الاستراتيجية، التكتيك والنتيجة

في خلال تكثير شدة المنافسة، تفرض شركة أوتو بوس المبارك أن تنافس مع شركة الأخرى لأجل اتجاه تكثير الشركة، ويحتاج فيه تخطيط المنافسة الصحيحة بالمنافس الأخر. وترجى هذه الشركة أن تطوّر قيراط الخدمة على جميع العاملين بمحاولتها على إعطاء حاجة جميع العاملين.

ويستخدم الباحث في هذا البحث المدخل الكيفي باستخدام المنهج الوصفي. وتحصل البيانات بطريقة المقابلة والملاحظة والوثائق. وأما عينة البحث هي الأثنين من المولى والسائق والعامل. ويستخدم الباحث في تكثير البيانات طريقة تثليث المصادر.

وأما نتائج البحث يدل على أن شركة أوتو بوس المبارك مالانج في تطبيق استراتيجية المنافسة باستخدام الاستراتيجية تحسين تجزئتها إلى عامة المجتمع والنافذين ويركز حافلة المبارك باعتبارها الخدمة الحسنة بالأجرة المعقولة. تستخدم حافلة المبارك الاستراتيجية الخاصة في عملية تعيين الأجرة وإعطاء العناية على العامل. ويمتاز من هذه الشركة اسمها الجميلة "المبارك" الذي له جاذبية على العامل. والأثار من هذه الاستراتيجية بأن حافلة المبارك لها سهم مهم في تكثير عدد العامل.