

## المستخلص

سبيل, سيتي أميليا. 2011. البحث الجامعي. العنوان: تحليل الإستراتيجية في مو  
المنافسة التجارية بشركة "Citra Kendedes Cake and Bakery" بمالانج  
المشرفة: إيرمايانتي حسن، الماجستير

الكلمات الرئيسية: المنافس التسويقي, الإستراتيجية العامة, الإستراتيجية الخاصة

ينبغي للشركة أن تستطيع على التسويق وتطبيق الإستراتيجية لمو المنافسة سواء  
أكانت زعيما أم منافسا أم تابعا أم مستفيدا . كان "Citra Kendedes Cake and Bakery"  
يكون منافسا في السوق حتى الآن و دائما في محاولة تطبيق أنواع إستراتيجيته للمنافسة. كان  
الهدف من هذا البحث لمعرفة الإستراتيجية للمنافسة التي يستعملها "Citra Kendedes Cake  
and Bakery" بمالانق و أثرها.

كان هذا البحث يستعمل المنهج الوصفي النوعي. كان مصدر هذا البحث من  
المقابلة، و الملاحظة، والوثائق. أما تنمية المصدر في هذا البحث بطريقة تثليث  
(triangulasi) المصدر.

كانت نتيجة البحث على أن في المنافسة، "Citra Kendedes Cake and Bakery"  
بمالانق في تطبيق عدة الإستراتيجيات، سواء أكانت إستراتيجية عامة أم إستراتيجية خاصة  
على حسب النظري. فمن الإستراتيجية العامة هي: الهجوم الأمامي (frontal attack)  
والهجوم الجنبى (flanking attack) ، والهجوم الدائري "encirclement attack"، والهجوم  
المباشر "bypass attack". فمن الإستراتيجية الخاصة: التخفيض "discount"، والمنتج  
الرخيص، و المنتج "prestise"، و "breeding product"، وإبتكار المنتج، و إكمال  
الخدمات، وإبتكار التوزيع، و تكليف القمح، وكثف الترويج. وكذلك هناك عدة  
الإستراتيجيات الدقيق الأخرى، منها: ترويج المنتج المعين من كل تاريخ 13، إستراتيجية  
"open kitchen"، إعطاء الخصم (discount) بمناسبة الوقت المحدد، أما شكل الرعاية من  
"Citra Kendedes Cake and Bakery" إلى الزبائن، ففي برنامج عيد الميلاد، كل مكان يقدم  
ثلاث تورتات لإعطائه إلى الزبائن الذي يحتفل عيد الميلاد في تاريخ 25 ديسمبر، نظام  
خدمة التسليم مجانا، وجعل فرع للشركة "Proti" بأسعار معقولة للزبائن من الدرجات  
الوسطى إلى الدرجات السفلى.