

Đề bài:

Câu 1.

1. Vẽ biểu đồ sự tăng trưởng của HI 70-90.
2. Mục đích của tổ chức? Họ đạt được mục đích đó bằng cách nào?
 - a) HI70.
 - b) HI90.
 - c) H90.
 - d) DI90.
3. Giải thích sự thành công hay thất bại của một tổ chức dựa vào tiếp cận tổ chức?
 - a) HI70+?
 - b) HI90-?
 - c) H90+?
 - d) DI90+?

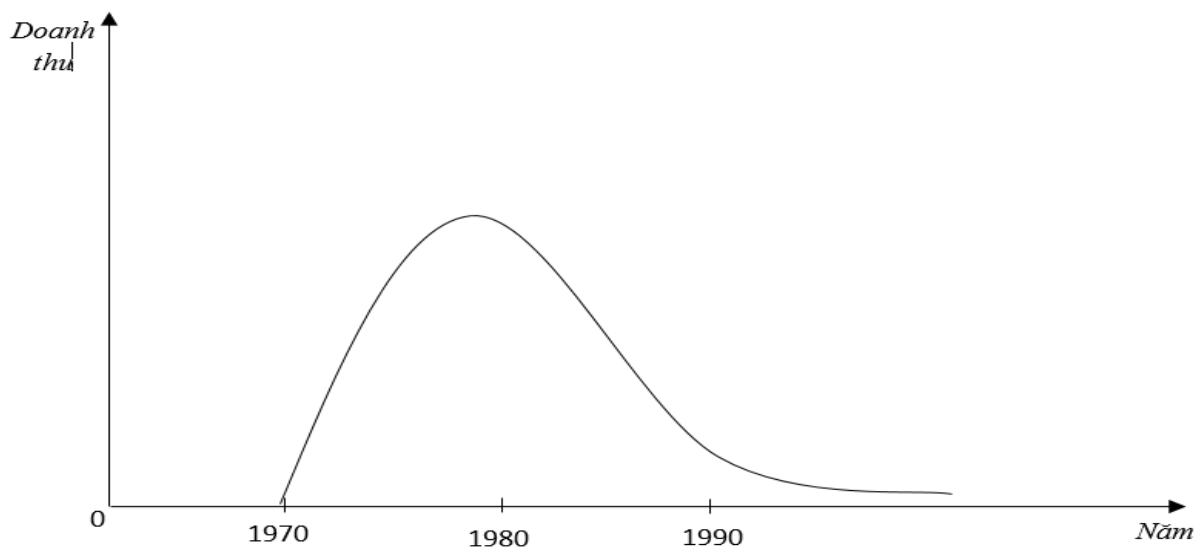
Câu 2. Liệu có công thức của sự thành công và thất bại không?

Câu 3. Liệu một tổ chức thất bại có phải do sự xuất hiện của đối thủ cạnh tranh không?

Bài làm:

Câu 1.

1. Vẽ biểu đồ sự tăng trưởng của HI 70-90.



Biểu đồ sự tăng trưởng của HI 70-90

Công ty HI có sự tăng trưởng dương rất nhanh, mạnh và đột biến trong thời gian từ năm 1970 và đỉnh cao là năm 1980. Nhưng từ năm 1980, công ty bị suy thoái cho đến năm 1990 thì gần như chạm đáy.

2. Mục đích của tổ chức. Họ đạt được mục đích đó bằng cách:
a) HI70

- Mục đích: Xây dựng hệ thống các motel "phục vụ cho số đông", giá cả cạnh tranh và gần như vô hiệu hóa đối thủ cạnh tranh.

- Bằng cách: Xây dựng hệ thống Motel tốt, giá rẻ,... (phù hợp với số đông vào thời điểm đó). Vô hiệu hóa đối thủ.

b) HI90

- Duy trì chiến lược đã có.

- Không thành công. Nguyên nhân: Tuổi của khách hàng, thu nhập,... đã thay đổi nên nhu cầu không còn giống những năm 1970-1980.

c) H90

- Mục đích: Xây dựng hệ thống các Motel nhằm vào đối tượng có thu nhập cao, nhu cầu dịch vụ cao hơn.

- Bằng cách: Xây dựng hệ thống dịch vụ có chất lượng và dịch vụ cao, giá cho thuê cao.

d) DI90

- Mục đích: Xây dựng hệ thống các Motel nhằm vào đối tượng có thu nhập thấp và nhu cầu dịch vụ theo đoàn (gia đình, nhóm,...).

- Bằng cách: Xây dựng hệ thống dịch vụ tối thiểu nhất, cung cấp dịch vụ theo đoàn, có yếu tố gia đình, công năng dịch vụ linh hoạt (khách hàng có thể tự túc tổ chức sinh hoạt: nấu ăn,...) và giá thuê thấp.

3. Giải thích sự thành công hay thất bại của một tổ chức dựa vào tiếp cận tổ chức?

a) HI70+?: Giai đoạn 1970-1980 đã thành công do đã có cách tiếp cận thị trường như một cơ thể sống. Nhận thấy rằng nhiều người đi xe ô tô có nhu cầu nghỉ ngơi dọc đường. Và thời điểm đó, các nhà nghỉ bên đường thường tương đối nhỏ, đắt tiền và các dịch vụ thì quá tồi. Công ty đã có chiến lược đáp ứng được nhu cầu của số đông khách hàng, vô hiệu hóa được đối thủ cạnh tranh.

b) HI90-?: Giai đoạn này công ty thất bại do tiếp cận thị trường như một cỗ máy. Thị trường thay đổi (khách hàng có độ tuổi cao hơn, thu nhập cao hơn,...) so với giai đoạn trước; môi trường thay đổi (có nhiều đối thủ cạnh tranh,...) dẫn đến nhu cầu của khách hàng thay đổi nhưng chiến lược của công ty không thay đổi. Hệ thống vận hành

của công ty bị hạn chế, không đáp ứng được nhu cầu tại thời điểm đó dẫn đến bị các đối thủ cạnh tranh có cơ hội giành khách hàng.

c) H90+?: Công ty có chiến lược tốt, phù hợp với nhu cầu của thị trường lúc bấy giờ nhờ tiếp cận tổ chức như một cơ thể sống. Nhắm vào khách hàng có khả năng chi trả cao phù hợp với thu nhập và nhu cầu của thị trường: Dịch vụ tốt, giá cao.

d) DI90+?: Công ty nhắm vào đối tượng có thu nhập thấp (phần còn lại của thị trường), nhu cầu nghỉ theo gia đình, nhóm. Xây dựng, cung cấp dịch vụ có những loại phòng dành cho gia đình với đầy đủ trang thiết bị cơ bản của một căn hộ khép kín, có thể nấu ăn tự túc. Công ty đã căn cứ môi trường bên ngoài thiết kế môi trường bên trong - tiếp cận như một cơ thể sống.

Câu 2. Liệu có công thức của sự thành công và thất bại không?

Xã hội luôn luôn thay đổi. Nhận thức của con người không khi nào dừng lại mà luôn phát triển và nhu cầu của con người không bao giờ thỏa mãn cái đã có; kinh tế ngày càng phát triển (tuy có những giai đoạn khủng hoảng, lạm phát, suy thoái,...). Vì vậy nhìn chung là xã hội luôn thay đổi, luôn vận động.

Sự thành công hay thất bại, nếu chúng ta không thay đổi phù hợp với thị trường mặc dù chiến lược có tốt, có tối ưu hiệu quả nhưng bất kỳ chiến lược nào cũng có giới hạn chiến lược.