

عنوان مقاله:

پایش مستمر اهداف استراتژیک بازار و محصول در یک طرح سرمایه گذاری (بررسی موردی)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مصطفی زمانی - دپارتمان برنامه ریزی استراتژی، شرکت ایران خودرو تهران

احمد سعادت - دپارتمان برنامه ریزی استراتژی، شرکت ایران خودرو تهران

محمدحسین شاکری - دپارتمان برنامه ریزی استراتژی، شرکت ایران خودرو تهران

مهدی شهسواری - دپارتمان برنامه ریزی استراتژی، شرکت ایران خودرو تهران

خلاصه مقاله:

یک شرکت خودروساز داخلی بر اساس برنامه های استراتژیک خود در حوزه بازار و محصول در حال حاضر در حال اجرای فاز توسعه (طرح سرمایه گذاری تولید خودروبی است که به واسطه تجهیز یکی از خودروهایی در حال تولید خود به فن آوری نوینی به عنوان محصول جدید به بازار داخل عرضه خواهد شد تا شرکت بتواند سهم بالقوه خود از تقسیم بندی بازار را حفظ و ارتقاء نماید. در این مطالعه موردی نحوه پایش چهار هدف از اهداف استراتژیک بازار و محصول مرتبط با این طرح سرمایه گذاری در مقطعی که اتمام فاز توسعه و آغاز فاز بهره برداری با تاخیر احتمالی حدود یک سال مواجه خواهد شد مورد بررسی قرار گرفته و راه کارهای اتخاذ شده جهت برون رفت از تبعات ریسک های مترتب و حداقل نمودن آثار سوء آن بر برنامه های استراتژیک شرکت عنوان می گردد.

کلمات کلیدی:

استراتژی - پروژه - سرمایه گذاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/67158>

