



به نام خدا



دانشگاه تهران
دانشکده مدیریت
مدیریت استراتژیک
تمرین مورد کاوی 10

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

بررسی گزارش

با توجه به متن کاربرد های آلومینیوم به شدت زیاد است و با توجه درصد مصرف آن می توان الویت بندی نمود که با چه کیفیتی تولید شود که برای کشور بهینه باشد.

بخش اصلی مصرف آلومینیوم برای حمل و نقل (۳۶ درصد)، ساخت و

ساز و ساختمان سازی (۲۷ درصد)، بسته بندی (۱۶ درصد) و کاربرد الکتریکی و مهندسی (۱۴ درصد) می باشد.

با توجه به متن کاربرد های الکتریکی نیاز مند شکل خالص هست که قیمت نمایی دارد و نیاز مند تحقیق و توسعه به شدت زیاد است و فرآیندهایی با دقت زیاد که می توان از آن بیخیال شد یا با قدرت در آن سرمایه گذاری کرد. ادغام یا مشارکت و قرارداد بستن با کارخونه های سیلیکون و منیزیم جهت ترکیب و فروش به نیازمندان.

به دلیل مصرف برق شدید کارخونه ها بهتر است در نواحی ساحل که کنار پتروشیمی و تولیدی برق هست باشد و هم اینکه برای صادرات مناسب تر است. همچنین می توان سنگ معدن نیز استخراج کرد.

با توجه به مصرف نیاز برق و مواد ، بازیافت آلومینیوم به شدت به صرفه تر است.

با توجه به کیفیت آلباژ استفاده شده در خودرو می توانند بیشتر در این حوزه مانور بدن و قیمت را بالاتر ببرن و برند خود را معتبر نشون بدن و معروف شن همچنین به دلیل نا کافی بودن در سطح تولید اما داشتن افراد با تجربه می تواند با بقیه کارخونه ها ادغام شوند و افراد بقیه کارخونه که تجربه بالایی نیز داشتن در زیر دست افراد شرکت قرار گیرند و سریعتر به نتیجه برسند و سود خود را تا حد امکان بیشتر کنن .

مشعلا:

اکسیژن ۳۰ میلیون : راندمان به شدت بالا ، تنها ۲۰ درصد انرژی مشعل هوا ، دریچه های ویژه برای تنظیم جریان اکسیژن و یک شبکه لوله کشی، اکسید های نیتروژن کمتر

احیا کننده ۲۴ میلیون : سعی می کند انرژی گاز خروجی را بگیرد و باعث اشتغال کمتر گاز می شود. این مدل هم اکسید های نیتروژن کمتری تولید می کند (صرفه جویی در مصرف انرژی)

مشعل هوا ۱۸ میلیون: با اینکه ارزون ترین هزینه رو دارد اما ۴ جنبه مهم دارد که بعد از آن به صورت مکرر باید به اون رسیدگی کرد که هستن: تامین سوخت، تامین هوا، فضای احتراق و تهویه هوا و همچنین کارایی آن ها به شدت پایین است.

پیشنهاد من: مشعل احیا کننده به دلیل انرژی کمتر و حفظ انرژی، ساختار ساده تر، و تولید گاز مضر کمتر و همچنین می توان برای کم کردنش می توان کاتالیز استفاده کرد.

SWOT

نقاط قوت:

- داشتن زنجیره تامین حلقه بسته کارآمد
- تولید آلیاژ آلومینیوم با کیفیت بالا
- تجربه و تخصص مدیران ارشد در حوزه تولید
- روابط خوب با مشتریان کلیدی

نقاط ضعف:

- محدودیت ظرفیت تولید فعلی
- کمبود فضا برای گسترش عملیات
- وابستگی به واردات مواد اولیه

فرصت ها:

- رشد سریع بازار خودروسازی و نیاز به قطعات آلومینیومی در هند
- سرمایه گذاری دولت بر روی زیرساخت ها و صنعت
- فناوری های نوین و کارآمدتر تولید آلومینیوم

تهدیدها:

- رقابت فزاینده دیگر تولیدکنندگان آلیاژ آلومینیوم
- نوسانات قیمت مواد اولیه در بازارهای جهانی
- تغییرات سیاست های دولتی در حوزه صنعت و محیط زیست

5. نیروی پورتره

1. تهدید توسط محصولات یا خدمات جایگزین

شرکت در صنعت آلومینیوم فعالیت دارد که برای محصولات جایگزین مانند فولاد در برخی کاربردها رقابت می‌کند. استفاده از آلیاژهای آلومینیوم در صنایع خودروسازی، به ویژه برای قطعاتی مانند رادیاتور، پیستون و رینگ چرخ، رایج است.

2. قدرت چانه‌زنی خریداران

شرکت با مشتریان متعدد و متنوعی سر و کار دارد، از جمله صنعت خودروسازی که یکی از بزرگترین مشتریان آلومینیوم است.

تنوع مشتریان و وجود بازیگران بزرگ در صنعت مانند "ماروتی سوزوکی" و "هیرو هوندا" می‌تواند قدرت چانه‌زنی خریداران را افزایش دهد.

3. قدرت چانه‌زنی تامین کنندگان

شرکت برای تأمین مواد خام خود به بازیافت آلومینیوم از ضایعات وابسته است. وجود سایر تولیدکنندگان کوچکتر در بازار، که برخی از آن‌ها با مشکلات کیفیت مواجه بودند، ممکن است قدرت تامین کنندگان را کاهش دهد.

4. تهدید توسط ورود رقبای جدید

افزایش تقاضای آلومینیوم از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ منجر به افزایش تعداد تولیدکنندگان در منطقه پایتخت ملی شده است. این امر نشان می‌دهد که ورود رقبای جدید به بازار ممکن است تهدیدی برای "Namo Alloys" باشد.

5. شدت رقابت در صنعت

شرکت در صنعت رقابتی آلومینیوم فعالیت می‌کند که شامل رقاباتی با قابلیت‌های مختلف است. فشار رقابتی ممکن است باعث شود شرکت به دنبال راه‌هایی برای بهبود بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها باشد. میتوان گفت فشار از جانب تامین کنندگان، تهدید رقبای جدید و جایگزین‌های محصول (احتمالش کم به ترکیب جدید مثلاً بیاد بیرون). برای موفقیت در چنین محیطی، شرکت باید بر استراتژی‌های تمایز، کاهش هزینه‌ها و بهبود کیفیت تمرکز کند.

Pestel

عوامل اقتصادی (Economic)

شرکت در صنعت آلومینیوم فعال است که تحت تأثیر عوامل اقتصادی مانند نرخ تورم، نرخ بهره و تقاضای جهانی برای آلومینیوم قرار دارد.

افزایش تقاضای آلومینیوم از ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ و رشد تعداد تولیدکنندگان در منطقه نشان دهنده رونق اقتصادی در این بخش است.

عوامل اجتماعی (Social)

افزایش آگاهی در مورد مسائل زیست محیطی و بازیافت می تواند به افزایش تقاضا برای محصولات بازیافتی منجر شود.

تغییرات جمعیتی و الگوهای مصرفی نیز می تواند بر تقاضا برای آلیاژهای آلومینیوم تأثیر بگذارد.

عوامل تکنولوژیکی (Technological)

پیشرفت های تکنولوژیکی در زمینه بازیافت و تولید آلیاژهای آلومینیوم می تواند به افزایش کارایی و کاهش هزینه های تولید منجر شود.

عوامل محیطی (Environmental)

آگاهی روزافزون نسبت به اثرات زیست محیطی و تمرکز بر پایداری می تواند بر استراتژی ها و عملیات شرکت تأثیرگذار باشد.

کاهش انتشار گازهای گلخانه ای و بهبود فرآیندهای بازیافت بخش مهمی از تعهدات محیطی شرکت است.

VMV

ابنا طبق متن فهمیده شدن و در متن نیست.

چشم انداز (Vision)

"تبدیل شدن به رهبر جهانی در تولید آلیاژهای آلومینیوم پایدار و با کیفیت بالا، با تمرکز بر نوآوری و پایداری، برای رسیدن به یک آینده پایدار و سبز".

مأموریت (Mission)

"تولید آلیاژهای آلومینیوم با استفاده از فرآیندهای بازیافت پیشرفته، برای ارائه محصولات با کیفیت بالا و مقرون به صرفه به مشتریان در سراسر جهان، ضمن حفظ اصول پایداری و مسئولیت اجتماعی شرکت".

ارزش‌ها (Values)

پایداری: تعهد به حفاظت از محیط‌زیست و بهبود پایداری در تمام جنبه‌های کسب و کار.

کیفیت: تضمین بالاترین استانداردهای کیفیت در تمام محصولات و خدمات.

نوآوری: تشویق نوآوری و بهبود مستمر در فناوری و فرآیندها.

مسئولیت اجتماعی: تعهد به ایجاد اثر مثبت در جامعه و محیط‌زیست.

مشتری‌مداری: تمرکز بر رضایت و ارزش‌آفرینی برای مشتریان.

تمرکز بر نوآوری و تحقیق و توسعه

سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش تحقیق و توسعه برای بهبود فرآیندهای بازیافت و تولید آلیاژهای آلومینیوم با کیفیت بالا. برای صنعت نیمه هادی

توسعه فناوری‌های جدید برای کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی تولید.

افزایش تمرکز بر پایداری و مسئولیت اجتماعی

تقویت اقدامات مربوط به پایداری محیط‌زیستی، مانند کاهش انتشار کربن و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر.

اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت برای افزایش تعامل با جوامع محلی و نشان دادن تعهد شرکت به بهبود جامعه.

توسعه و تنوع بخشی به محصولات

گسترش خط تولید برای شامل کردن آلیاژهای جدید با کاربردهای متنوع در صنایع مختلف.

توسعه محصولات بازیافتی با کیفیت بالا برای بازارهای خاص، مانند خودروسازی و ساخت و ساز.

بهبود فرآیندهای داخلی و کارایی

بهینه‌سازی فرآیندهای تولید و بازیافت برای کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری..

توسعه شبکه توزیع و فروش

گسترش شبکه توزیع در بازارهای جدید و بین‌المللی.

تقویت روابط با خریداران بزرگ و ایجاد شراکت‌های استراتژیک با سایر شرکت‌ها در زنجیره ارزش.