

میلاد شاه آبادی

پروژه تعیین استراتژی مناسب ورود به بازار:

پروژه حاصل در سال ۱۳۹۹ در مجموعه مرکز رشد دانشگاه خوارزمی برای شرکت لبنی..... انجام شده است.

ابتدا با تجزیه و تحلیل ماتریس SWOT و ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (IFE,EFE,IE Matrix) به تعیین خط مشی ها، اهداف و رسالت سازمان پرداختیم.

سپس با تشکیل ماتریس ارزیابی وضعیت و اقدام استراتژیک (SPACE Matrix) و همچنین با در نظر گرفتن چهار عامل اساسی توان صنعت ، مزیت رقابتی، توان مالی و ثبات محیطی مشخص کردیم که مناسب ترین استراتژی برای شرکت کدامیک از استراتژی های تهاجمی،محافظه کارانه رقابتی و تدافعی است.