



موضوع: تدوین استراتژی شرکت نفت پاسارگاد

استادگرامی: جناب دکتر حجاریان

دانشجو: الهه اکبری پور

تابستان ۹۳

## فهرست

- ۳ ----- مقدمه
- ۵ ----- ماموریت
- ۵ ----- چشم انداز
- ۶ ----- ارزشهای اساسی
- ۶ ----- ارزشهای کارکردی
- ۷ ----- اهداف بلندمدت
- ۷ ----- اهداف میان مدت
- ۸ ----- اهداف کوتاه مدت
- ۸ ----- ذینفعان
- ۹ ----- ماترس ارزیابی داخلی
- ۱۰ ----- ماتریس ارزیابی خارجی
- ۱۱ ----- تعیین *space*
- ۱۲ ----- استراتژی تهاجمی
- ۱۳ ----- تعیین اهداف راهبردی



## مقدمه

شرکت نفت پاسارگاد در راستای اهداف عالیه، استراتژیک و تحقق مأموریت شرکت و به خصوص رعایت حقوق تمامی ذینفعان و نیز به منظور ایجاد بستری مناسب جهت آبادانی، اشتغال، بهبود وضعیت جاده‌ها، ساخت و ساز راه‌های روستایی و از طریق کمک به تامین قیر مورد نیاز در جهت اجرای سریع پروژه‌های عمرانی در دست اقدام ادارات و سازمان‌های ذیربط و برنامه‌ریزی مناسب و نیاز پروژه‌های عمرانی آتی و همچنین شرکت‌های تولیدی آسفالت، عایق و متقاضیان مطروف کار و تغلیظ کار در جهت تحقق مسئولیت اجتماعی خود گام برداشته است.

این شرکت به عنوان بزرگترین تولیدکننده قیر در خاورمیانه، از مزیت رقابتی برخوردار است. فعالیت اصلی شرکت خرید، فروش، واردات و صادرات مواد اولیه و فرآورده های نفتی می باشد.

شرکت نفت پاسارگاد، همچنین علاوه بر ارتقاء کمی تامین قیر کشور، با برنامه‌ریزی دقیق و همکاری با موسسات پژوهشی و مراکز علمی نسبت به ارتقاء کیفی قیر مورد نیاز پروژه‌های عمرانی فعالیت‌های عمده‌ای صورت داده است که برخی از آنها عبارتند از :

• پهنه بندی آب و هوایی کشور جهت تامین نیاز هر منطقه منطبق با شرایط محیطی (تولید

قیرهای PG)

• تولید و عرضه قیر امولسیون

• تولید قیر پلیمری

تاریخچه:

شرکت نفت پاسارگاد را با هدف اداره و بهره برداری از شش واحد قیرسازی پالایشگاههای فوق الذکر تاسیس نموده و این شرکت در تاریخ هجدهم تیرماه ۱۳۸۲ به عنوان شریک تجاری پالایشگاههای ایران در اداره ثبت شرکتها و مالکیتهای صنعتی تهران به ثبت رسید.

محصولات شرکت انواع مواد و فرآورده های قیری می باشد. اما عمده ترین کاربرد این قیرها در صنعت راه سازی و ساختمان سازی می باشد. در حال حاضر در ایران شرکت ملی پالایش و های نفتی، مهمترین تأمین کننده مواد اولیه صنعت و شرکت های نفت پخش فرآورده پاسارگاد و نفت جی عمده ترین تولیدکنندگان قیر می باشد.



## بیانیه مأموریت :

تأمین و تجارت قیر و فرآورده‌های مرتبط، خرید و فروش خدمات صنعتی و فنی در حوزه فرآورده‌های نفتی از طریق ارایه راه حل‌های دانشی در حوزه صنعت قیر و مدیریت بر عناصر تأثیرگذار، در راستای ارزش آفرینی برای خدمات گیرندگان.

## بیانیه چشم انداز :

شرکت نفت پاسارگاد با دستیابی به دانش و فناوری پیشرو، کارکنانی متخصص و متعهد و صیانت از محیط زیست طی ۱۰ سال آینده جزء دو رتبه اول تأمین و تجارت قیر و فرآورده‌های قیر در منطقه و در ۱۰ رتبه برتر در دنیا می باشد.

## ارزش های اساسی

مشتری مداری

سلامت سازمانی

قابل اعتماد بودن برای سهامداران و مشتریان

توانمندسازی کارکنان

احترام متقابل و حفظ حرمت رقبا

## ارزشهای کارکردی

تامین رفا ، امنیت بهداشتی و روانی

رعایت اصول و استانداردهای زیست محیطی

صرفه جویی در استفاده از منابع و پرهیز از اتلاف منابع محدود

بسترسازی و برگزاری دوره های آموزشی برای ارتقای دانش مدیریتی

## اهداف بلند مدت

ارتقاء پنجاه درصدی بهره‌وری مالی و عملیاتی سازمان از طریق تقویت زیرساخت‌های تولیدی.

ارائه محصولات با سطح کیفی مطلوب مطابق با استانداردهای جهانی و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین.

برقراری تعامل موثر و سازنده با کشورهای تولیدکننده و مصرف‌کننده انرژی.

## اهداف میان مدت

توسعه ۳۰٪ بهره‌وری منابع انسانی (توانمندسازی، تخصص‌گرایی، دانش محوری و تناسب ساختاری)

توسعه ۲۰٪ صادرات

توسعه ۲۰٪ سهم بازار در کلیه محصولات از طریق افزایش توان رقابتی و

مشتری مداری

## اهداف کوتاه مدت

افزایش ۴۰٪ فروش محصولات

ایجاد ارتباط مستحکم با عرضه کنندگان و مشتریان داخلی و خارجی

تلاش بر همکاری های مشترک با شرکت های داخلی و خارجی

## ذینفعان

سهامداران

کارکنان

مشتریان

جامعه

کشورهای دیگر



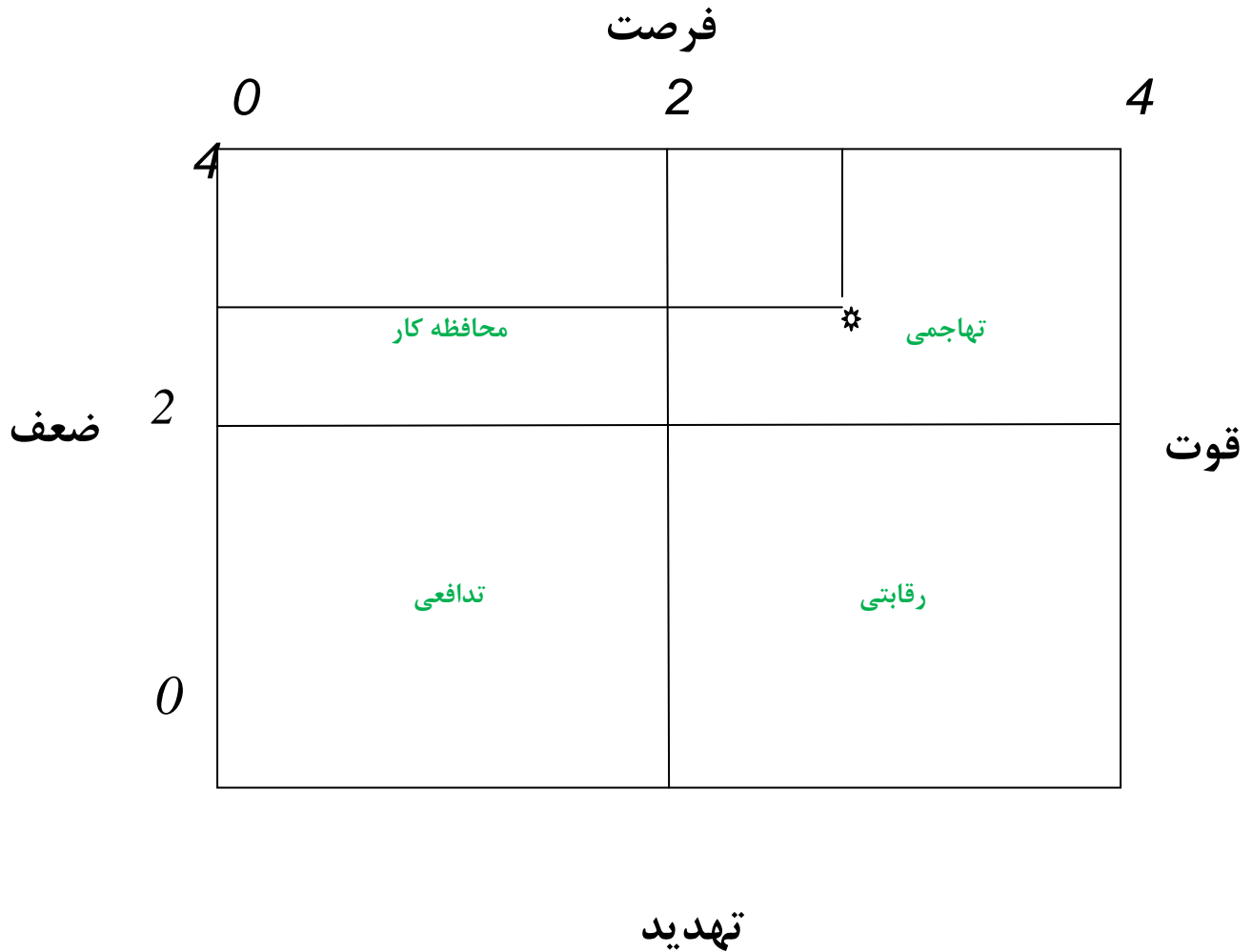
## ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

امتیاز	رتبه	ضریب اهمیت	عوامل داخلی
%۴۵	۳	%۱۵	نقاط قوت
%۶۰	۴		۱- استفاده از مدیران با درایت و لایق
%۳۰	۳	%۱۵	و متعهد در راس شرکت
%۴۵	۳	%۱۰	۲- وجود نیروهای متخصص و با تجربه
%۳۰	۲	%۱۵	۳- امکان برگزاری دوره های آموزشی
%۳۰	۲	%۱۵	مناسب
%۱۵	۱	%۱۵	۴- نگرش مثبت مدیریت شرکت به
۲.۵۵		%۱۵	مشارکت و نوآوری و تفویض اختیار
		۱	نقاط ضعف
			۱- وجود خطرات بالقوه در محیط کار
			۲- فرسوده شدن دستگاهها و تجهیزات
			۳- وجود استرس و نگرانی در کارکنان
			بدلیل حساسیت کارشان

## ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

امتیاز	رتبه	ضریب اهمیت	عوامل خارجی
%۵۱	۳	%۱۷	فرصت ها
%۷۲	۴	%۱۸	۱- برخورداری از امکانات و بودجه دولتی
%۴۵	۳	%۱۵	جهت انجام امور خود
%۱۵			۲- امکان استفاده از تکنولوژی های نوین و پیشرفته
%۴۰	۱	%۱۵	
%۳۰	۲	%۲۰	۳- نیاز مبرم مردم به سوخت در حوزه فعالیت خود
۲.۵۳	۲	%۱۵	تهدیدها
		۱	۵- احتمال آسیب به تاسیسات از طرف کارکنان
			۶- خسارت ناشی از بلایای طبیعی
			۷- تحریم واردات قطعات و تجهیزات

# تعیین Space



## استراتژی تهاجمی

بالا بردن سهم بازار برای محصولات و خدمات کنونی

عرضه خدمات و محصولات کنونی به مناطق جدید

بالا بردن فروش از طریق بهبود بخشیدن به محصولات و خدمات کنونی یا عرضه

نوع جدید

به دست آوردن مالکیت یا افزایش کنترل بر شرکتهای رقیب

به دست آوردن مالکیت یا افزایش کنترل بر عرضه کنندگان مواد اولیه

به دست آوردن مالکیت یا افزایش کنترل بر سیستم توزیع یا خرده فروشی

افزودن محصولات و خدمات جدید

## تعیین هدفهای راهبردی

ردیف	اولویت های راهبردی	اهداف راهبردی	پیامد های تحقق اهداف
1	تأمین و تجارت قیر و فرآوردهای مرتبط	افزایش «تأمین کنندگان» مواد اولیه	تأمین و تجارت حاصل شد. قیر
2	ارتقاء پنجاه درصدی بهره‌وری مالی و عملیاتی سازمان	- تقویت زیرساخت‌های تولیدی - صرفه‌جوئی در استفاده از منابع و پرهیز از اتلاف منابع محدود	ارتقا بهره‌وری مالی حاصل شد.
3	ارائه محصولات با سطح کیفی مطلوب مطابق با استانداردهای جهانی	- ارتقاء سطح دانش، مهارت، توانائی و نگرش همکاران - پایبندی به اصول و قوانین مربوط به استاندارد سازی	محصولات با سطح کیفی مطلوب مطابق با استاندارد جهانی ارائه شد.
4	برقراری تعامل موثر و سازنده با کشورهای تولید کننده و مصرف کننده انرژی	- صادرات و واردات مناسب - پایبندی به تعهدات	تعامل موثر و سازنده با کشورهای تولید کننده و مصرف کننده برقرار شد.