

تدوین استراتژی سبد پروژه‌ها با استفاده از ماتریس جذابیت بازار/موقعیت رقابتی

(مطالعه موردی: مجتمع علوم و فناوری دریا)

^۱محمدفواد درویشی چادگانی، ^۲سیداکبر نیلی پور طباطبایی، ^۳بیژن خیام باشی

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران؛ foaddarvishi@yahoo.com

^۲استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر؛ akbarnilipour@yahoo.com

^۳استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر؛ khayambj@yahoo.com

چکیده

در اوایل دهه هفتاد میلادی، چارچوب خاصی جهت ارزیابی فرصت‌های سرمایه‌گذاری به عنوان بخشی از مدیریت سبد محصولات/خدمات توسط شرکت جنرال الکتریک و مک‌کنزی، که یک ماتریس نه خانه‌ای بود، ارائه شد که هنوز به طور گسترده‌ای برای تجزیه و تحلیل استراتژی پورتفولیو، مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این مطالعه، این ابزار مدیریتی جهت تدوین استراتژی سبدمجتمع علوم و فناوری دریا که به عنوان یک سازمان مادر در زمینه محصولات دریایی است، استفاده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. روش ایجاد ماتریس شرح داده شده و عواملی در خصوص دو بعد جذابیت بازار و موقعیت رقابتی ارائه شده‌اند. با استفاده از نظرات خبرگان سازمان عوامل مربوط به جذابیت بازار و موقعیت رقابتی در دو وضعیت جاری و آتی سازمان و با توجه به میزان اهمیت آنها از دید خبرگان سازمان مورد مطالعه، امتیازدهی شده‌اند و توسط روش آنتروپی شانن به آنها وزن داده شده و در نهایت وضعیت موجود و آتی سازمان در ماتریس جنرال الکتریک/مک‌کنزی نمایش داده شده است و مطابق با آن استراتژی‌های مربوطه پیشنهاد شده‌اند.

کلمات کلیدی

ماتریس جنرال الکتریک/مک‌کنزی، جذابیت بازار، موقعیت رقابتی، سبد پروژه، آنتروپی شانن

Project Portfolio Strategy in Marine-Tourism Product Company

M.F. Darvishi chadegani, S.A. Nilipour Tabatabaee., B. Khayambashi

ABSTRACT

In the early seventies, Framework for evaluating investment opportunities as part of Portfolio Management products/services by GE and McKinsey, a matrix with 9 houses, was presented, which is still widely used to analyze strategic portfolio.

In this study, a management tool for planning of an organization's portfolio strategies as an parent organization in the field of marine products have been used and analyzed. Method described by the matrix elements of the two dimensions of market attractiveness and competitive position are provided. Factor related of market attractiveness & competitive position in both the current, future situation with use company experts, have been scored, and Shannon entropy weight was given to them. Finally, the position of company status is displayed on GE/McKinsey matrix. Then relevant strategies have been proposed.

KEYWORDS

GE/McKinsey Matrix, Market Attractiveness, Competitive Position, Project Portfolio, Shannon Entropy.

۱- مقدمه

از آنجاکه بسیاری از شرکتها روش پروژه محور بودن را برای کسب و کار سازمان خود انتخاب می‌نمایند، یک پارادایم جدید بر روی کسب و