

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با در نظر گرفتن چشم انداز 20 ساله کشور و برنامه های وزارت نیرو و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و برنامه توسعه منطقه ای و استانی و در راستای تحقق اهداف خود الگویی بنیادی جهت بهره برداری و تخصیص منابع و تعاملات شرکت با بازار هدف و دیگر عوامل محیطی با اعمال سیاست برد برد (منافع سازمان، مشتری و جامعه) تدوین نموده است که طبق آن پاسخگوی سه مورد ذیل خواهد بود :

۱- چه اهدافی باید محقق گردد .

۲- بر روی کدام بازار هدف و محصول ها باید تمرکز نمود .

۳- چگونه برای بهره برداری از فرصت های محیطی و مواجهه با تهدیدهای محیطی به منظور کسب یک مزیت پایدار ، منابع تخصیص یابد و چه فعالیت هایی انجام گیرد .

جدول خلاصه اطلاعات استراتژی های تدوین شده شرکت و استفاده از آن در برنامه های پنج ساله توسعه

استراتژی رشد	پنج سال سوم	پنج سال چهارم	پنج سال پنجم	پنج سال ششم
1 - ثبات Stability Strategy دراین استراتژی تا زمان تدوین استراتژی جامع سعی در نگهداری وضع موجود می گردد				
2 - افزایش و گسترش Enhance and expand Strategy در این استراتژی با تغییر جغرافیای سیاسی و تبدیل روستا به شهر، شرکت نسبت به افزایش و گسترش سطح فعالیت خود اقدام می نماید.				
3 - رهبری هزینه C o s t Leadership Strategy در این استراتژی شرکت تولیدات خود را به مقیاس اقتصادی				

			<p>Economy) (of Scale نزدیک می نماید تا به س م ت خودگردانی حرکت نماید.</p>
			<p>ndash& 4 تمرکز و گسترش و نفوذ Focus and Market Developmen t and market Penetration Strategy در این استراتژی با تمرکز خدمات و گسترش خدمات و تعمیق خدمات در بازار هدف استفاده حداکثری آحاد از خدمات شرکت پیگیری می شود.</p>
			<p>ndash& 5 تمایز Differentiati on Strategy در این استراتژی تولید محصول منحصر به فرد از لحاظ کیفی و کمی پیگیری می گردد.</p>
			<p>ndash& 6 بازنگری Restructurin g Strategy در این استراتژی با استفاده از شیوه ها و تکنیک های کنترل فرایند نسبت به بهبود مستمر کمیت و</p>

				کیفیت خدمات اقدام می شود.
پنج سال ششم	پنج سال پنجم	پنج سال چهارم	پنج سال سوم	استراتژی توسعه
				1- کاهش Retrenchment Strategy در این استراتژی به وسیله برون سپاری و منطقی سازی بدنه سازمان و همچنین کاهش هزینه های غیر ضرور فعالیت های مستقیم کاهش می یابد.
				2- رهبری هزینه C o s t Leadership Strategy در این استراتژی شرکت تولیدات خود را به مقیاس اقتصادی (Economy) (of Scale نزدیک می نماید تا به سمت خودگردان شود. تولید استاندارد با قیمت تمام شده پایین.
				3- تمرکز و گسترش و نفوذ Focus and Market Development and market Penetration Strategy در این استراتژی با

			تمرکز خدمات و گسترش خدمات و تعمیق خدمات در بازار هدف استفاده حداکثری آحاد از خدمات شرکت پیگیری می شود.
			4- Differentiation Strategy در این استراتژی تولید محصول منحصر به فرد از لحاظ کیفی و کمی پیگیری می گردد.
			5- Innovation Strategy در این استراتژی به منظور افزایش کیفیت ارائه خدمات نوآوری در فرایند ارائه خدمات حمایت به عمل می آید.
			6- Restructuring Strategy در این استراتژی با استفاده از شیوه ها و تکنیک های کنترل فرایند نسبت به بهبود مستمر کمیت و کیفیت خدمات اقدام می شود.