

عنوان مقاله:

تحلیل رقابتی صادرات LNG ایران به بازارهای چین با رویکرد مدل الماس گونه پنج نیروی رقابتی پورتر و مدل PESTEL

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

الهه سادات رضوی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین الملل

جهانیار بامداد صوفی - دکتری مدیریت صنعتی استادیار و مدیر گروه صنعتی دانشگاه علامه طباطبائی

حسام الدین باقری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین الملل

خلاصه مقاله:

تحلیل وضعیت رقابتی شرکت ملی گاز ایران در بازار LNG کشورچین نیازمند بهره گیری از ابزار متفاوتی چون مصاحبه هدایت شده پرسشنامه، کتب و اسناد و مدارک سایت ها و روزنامه ها بوده است که جهت بررسی شدت رقابت رقبا در بازار LNG چین، استفاده از مدل الماس گونه پنج نیروی رقابتی پورتر به عنوان مدلی کارا مورد توجه پژوهشگران بوده است از طرفی پژوهشگران به بررسی توانایی بین المللی شدن شرکت ملی گاز ایران در حوزه LNG با استفاده از ابزار پرسشنامه و مطالعه اسناد و مدارک به تحلیل تک تک عوامل خردو کلان اثرگذار بر محیط بیرونی و درونی شرکت ملی گاز ایران براساس مدل تحلیلی PESTEL پرداخته اند تا این که از طریق استفاده از مدل نوع شناسی سه گانه پورتر بهترین سیاست ورود به بازار ایران LNG چین را انتخاب و بهترین روش بین المللی شدن را انتخاب نماییم که پس از جمع اوری 22 فقره مصاحبه و پرسشنامه از مدیران ارشد و کارشناسان خبره LNG در کل کشور به همراه اطلاعات و امار بدست آمده از سایت ها و منابع اطلاعات، نتایج ذیل حاصل آمد.

کلمات کلیدی:

گاز طبیعی مایع LNG، نوع شناسی سه گانه پورتر، استراتژیهای بین المللی شدن، مدل الماس گونه پنج نیروی رقابتی پورتر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/102971>

