

عنوان مقاله:

تحلیلی بر بهبود وضعیت عرضه سوخت حلقه ای موثر در تجارت بین الملل

محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

فاطمه جوکار

خلاصه مقاله:

امروزه شرکتها برای موفقیت و بقای خود در بازار رقابتی جهانی، نیازمند ارائه ارزش بیشتر به مشتریان خود هستند. ارائه ارزش بیشتر در بازارهای بین المللی مستلزم طراحی و تدوین استراتژی بازاریابی بین الملل است. اما قبل از هرکار باید اهمیت بازاریابی بین الملل و راهکارهای ورود به بازارهای جهانی بررسی شود. مدیریت توزیع سوخت در کشور ایران، به لحاظ حساسیت امنیتی و راهبردی از یک سو و نیاز مبرم و روزانه مردم از سوی دیگر، مستلزم استقرار یک سیستم بسیار قوی است که ضمن رصد لحظه ای میزان مصرف سوخت و کنترل تمام مجاری عرضه سوخت کشور، قابلیت ارائه گزارشات متنوع و مدیریتی جهت تصمیمات کلان مدیریتی و از آن مهمتر توان اعمال تصمیمات دولتی در خصوص سهمیه بندی و اجرای شیوه های مختلف توزیع سوخت سراسری را هم داشته باشد. برآیند تحول های اخیر درداخل نشان از رویکرد خوب به مساله سوخت در ایران است. تولیدکنندگان سوخت (نفت و گاز) ازجمله ما دردنیای امروز که بازار انرژی شدیداً متلاطم و متأثر از تحولات سیاسی است، برای ارتقای تولیدات خود چند گزینه را در پیش روی دارند. شناخت استراتژیهای بازیگران عمده بازار جهانی انرژی (سوخت) و آگاهی ازبرآیند این استراتژیها در آینده قابل پیشبینی ازاهمیت زیادی برای ایران برخوردار است. بنابراین کشور ایران برای تولید سوخت بنابه دلایلی مانند جنگ، تحریم اقتصادی و دلایل دیگر، نتواند سوخت خود را به بازارهای جهانی صادر کند، یعنی در بحث توانمندی در عرضه سوخت ضعیف عمل کرده ایم. در همین راستا بهره گیری از فنون و تکنولوژی های جدید در شیوه مدیریت فرآیندها و عملیات گوناگون موجب گردیده تا ضمن بهره مندی از مزایای متعدد این فناوری، چالش ها و مشکلات قابل توجهی را نیز در برابر مدیران قرار دهد که جز لاینفک این بستر هست.

کلمات کلیدی:

سوخت، بین الملل، صادرات، امنیت، بازار، ثبات سیاسی و اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1434045>

