

عنوان مقاله:

مدیریت استراتژیک صادرات مواد غذایی حلال بارویکرد QSPM

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

نگار فعال محمدعلی - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

محسن شیری - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج

خلاصه مقاله:

سالانه شاهد ورود و خروج ارز از کشور مان به سوی سایر کشور ها هستیم، در صورتی که اگر جهت این تبادل مالی را به سوی بازار های خودمان تغییر دهیم، رونق اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی کشور را متضمن خواهیم شد. در راه این ارمغان، اهمیت صادرات، شناختن بازار های جدید و بسط محصولات جدید بر هیچ کسی پوشیده نیست. آینده حلال، که با رشد جمعیت بازار و تقاضای سالانه 15 درصد در حال نمو ست، تزریق ایده ی جدیدی از استراتژی ها و نفوذ در بازار های جدید را می طلبد. این مقاله که حاصل یک تحقیق پژوهشی، در زمینه موضوعات جدید دنیای کسب و کار است، استراتژی و افق های صنعت حلال را، در حوزه های مواد غذایی تشریح می دارد. اهمیت استراتژیک صنعت حلال برای کشورهای با مبدا مسلمان ذکر شده است و از طرفی نقاط ضعف و قوت و فرصت و تهدید های این امر در کشور ایران، بررسی گردیده است. پس از بررسی وضعیت کلی سازمان های زیررابط در بخش صادرات مواد غذایی حلال، راه برد های مثبت نمودن نقاط ضعف و تهدیدات محیطی که در برابر توسعه صادرات این محصولات قرار دارد، با استفاده از تکنیک SWOT، تبیین شده است. در نهایت استراتژی صنعت مواد غذایی حلال ایران، در قالب مدل کمی QSPM ارایه گردیده است تا تصمیمات استراتژیک، با روش های تیوریک نیز پایش و تصفیه گردند. سپس در استراتژی های مناسب این محصولات بحث شده و استراتژی تخصصی و کلی موردنیاز، تبیین می گردد.

کلمات کلیدی:

صادرات مواد غذایی حلال، ماتریس SWOT، روش کمی QSPM، صنعت حلال، مزیت راهبردی، بازارهای نوین، تصمیمات استراتژیک، تصمیمات استراتژیک صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828505>

