

عنوان مقاله:

ایجاد مزیت رقابتی با حمایت مدیران ارشد سازمان و استراتژی خرید در صنایع غذایی (مطالعه موردی: شرکت نان گستر نیکان)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

زهرا ملکی - فارغ التحصیل مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (گرایش استراتژیک) موسسه آموزش عالی مولوی (غیر انتفاعی)؛
غیر دولتی

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه امکان ایجاد مزیت رقابتی با بهره گیری از عملکردهای زیست محیطی-اقتصادی و اجتماعی با حمایت مدیران میانی و عالی و اتخاذ استراتژی خرید با میانجی گری فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی در صنایع غذایی است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی ست و به این خاطر که به بررسی و تحلیل وضع موجود پرداخته شد، روش بکار گرفته شده در این تحقیق توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه مورد مطالعه مدیران و کارشناسان فعالیت تولیدی شرکت نان گستر نیکان دارای حداقل مدرک لیسانس می باشند طراحی شده است، که ۱۹۰ نفر می باشند و بر اساس جدول مورگان ۱۲۳ نفر از این افراد بصورت کاملا تصادفی ساده انتخاب شدند و پرسشنامه میان این افراد توزیع شد. برای جمع آوری داده های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص های اولیه از منابع کتابخانه ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی استفاده شد. جهت گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز به منظور بررسی فرضیه های تحقیق از پرسش نامه استفاده شد. در آمار استنباطی پس از بررسی پایایی و روایی پرسشنامه، نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف بررسی می شود، سپس با استفاده از آزمون مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS و LISREL به بررسی فرضیات پرداختیم. بر اساس نتایج به دست آمده تمام فرضیات پذیرفته شدند و بیشترین تاثیر مربوط به حمایت مدیران میانی و عالی با میانجی گری فعالیت های زیست محیطی بر امکان ایجاد مزیت رقابتی با میزان ۰.۸۲ می باشد.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی- عملکردهای زیست محیطی-اقتصادی و اجتماعی- حمایت مدیران میانی و عالی- استراتژی خرید- فعالیت های زیست محیطی و اجتماعی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1438104>

