

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی)

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

زهرا قهرمان بهار - دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی چشمه نوشان خراسان (عالیس)، مدرس دانشگاه.

محمد رافتی - استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

عصمت توسلی - دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی) بود. روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی همبستگی بود. با مراجعه و استعلام از شرکت لبنی پگاه، جامعه آماری این تحقیق کارکنان شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی که به تعداد ۶۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. نمونه آماری این تحقیق کارکنان شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی با توجه به جدول مورگان، که به تعداد ۲۳۴ نفر بودند. و روش نمونه گیری به روش تصادفی ساده، بود داده های تحقیق با روش کتابخانه ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسشنامه های استاندارد بود. پایایی پرسش نامه ها با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ و روایی ابزار با روش محتوایی مورد تایید قرار گرفته اند. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج نشان داد که ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی) تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

ساختار سازمانی، همسویی استراتژیک، موفقیت محصول جدید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1492722>

