

عنوان مقاله:

نقش بکارگیری استراتژی دوستوانی سازمانی در بهبود عملکرد سازمان (مورد مطالعه شرکت فروشگاههای زنجیره ای اتکا)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

مجید ابن الرضا - استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

مهدی نجفی - کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار

غلامرضا نورمحمدنصرآبادی - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر دوستوانی سازمانی بر عملکرد تجاری می باشد. یک سازمان برای رشد، ارتقای عملکرد، نوآوری و حفظ مزیت رقابتی و نهایتاً بقا در محیط پیچیده کنونی به قابلیت دوستوانی سازمانی نیاز دارد. مفهوم کلی دوستوانی سازمانی به معنای بهره برداری از فرصت های موجود و اکتشاف فرصت های جدید تعریف شده است. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی است و روش گردآوری داده ها از طریق پرسش نامه می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان و مدیران شرکت فروشگاه های زنجیره ای اتکا شهر تهران تشکیل می دهند. تعداد ۳۱۰ نفر از کارکنان و مدیران ارشد شرکت فروشگاه های زنجیره ای اتکا در شهر تهران به روش نمونه برداری تصادفی ساده، انتخاب شدند و تحلیل داده ها با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی PLS انجام گرفته است. یافته های پژوهش بیان می کنند که دوستوانی سازمانی بر عملکرد تجاری تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

دوستوانی سازمانی، عملکرد تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1509564>

