

## عنوان مقاله:

تاثیر همسویی راهبردی یک پارچه گرایی بر عملکرد با همسویی سازمانی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 13، شماره 52 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

سید مرتضی غیور باغبانی - گروه مدیریت، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

صوفیا غلامی - گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

## خلاصه مقاله:

یکی از درگیری های ذهنی سازمان های امروزی همسویی اجزاء سازمان به منظور اجرای موفقیت آمیز راهبردها است. در این راستا ایجاد همسویی راهبردی یک پارچه گرایی: محصول، کیفیت و بازار نقش پررنگی ایفا می کنند. هدف پژوهش بررسی تاثیر ابعاد سه گانه همسویی بر عملکرد با نقش همسویی سازمانی در شرکت های واقع در شهرک صنعتی مشهد است. این پژوهش از نوع کاربردی بوده که از نظر گردآوری داده ها، پیمایشی، از نظر روش، علی و از نظر ماهیت داده ها، کمی است. جامعه آماری، شرکت های واقع در شهرک صنعتی مشهد به تعداد ۸۲۰ شرکت است که با استفاده از جدول مورگان نمونه ی ۲۶۰ شرکت با روش در دسترس تعیین شدند. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه ی استاندارد استفاده شد که روایی محتوایی در قسمت تدوین گویه ها را اساتید مورد تایید قرار دادند. در بعد کمی از تحلیل عاملی، روایی همگرا و روایی واگرا به منظور بررسی روایی استفاده گردید و پایایی ابزار نیز از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب تایید واقع شد. برای بررسی و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری و نرم افزار پی ال اس استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می دهد که همسویی راهبردی محصول گرا، همسویی راهبردی بازارگرا و همسویی راهبردی کیفیت گرا تاثیر مثبتی بر عملکرد و همسویی سازمانی دارد و همچنین ابعاد سه گانه مذکور از طریق همسویی کلی سازمان تاثیر مثبتی بر عملکرد دارد و در نهایت تاثیر همسویی سازمانی بر عملکرد مورد تایید قرار گرفت.

## کلمات کلیدی:

همسویی، همسویی راهبردی محصول گرا، همسویی راهبردی کیفیت گرا، همسویی راهبردی بازارگرا، عملکرد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1627313>

