

عنوان مقاله:

بررسی کاربرد مدیریت استراتژیک در شرکت های صنایع خودرو و بورس اوراق بهادار

محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

عماد رضایی - استادیار گروه حسابداری واحد ملایر دانشگاه آزاد اسلامی ملایر ایران

راضیه سپهری نیا - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری واحد ملایر دانشگاه آزاد اسلامی ملایر ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق رابطه مدیریت استراتژیک و توسعه محصولات در صنعت خودروسازی در شرکت بورس اوراق بهادار تهران به بررسی پرداخته است. سازمان هایی که مایل به بکارگیری این رهیافت هستند همواره با مشکل چگونگی اجرای آن مواجه بوده اند. مدیریت استراتژیک زمانی رخ می دهد که کیفیت کار به طور مستمر صورت بگیرد و پاسخگویی به مشتریان از طریق توسعه تولید و ایجاد محصول متنوع و ارزشمند باشد، انعطاف پذیری بیشتر از طریق تولید محصولات متنوع و کم کردن هزینه ها به خاطر همان مستمر بودن کیفیت مناسب اتفاق بیفتد زمانی مدیریت و استراتژی ادغام می شود که تمام برنامه های مدیریتی در برنامه های استراتژیک شرکت ها انجام بگیرد به عبارتی یکپارچه کردن کیفیت و مدیریت استراتژیک با همدیگر می باشد در این تنوع از پژوهش های محققین پیشین و بررسی کتابخانه ای استفاده شده است. طی این تحقیق به دنبال آن بودیم که آیا رابطه ای بین مدیریت استراتژیک و توسعه محصولات در صنعت خودرویی واقع در بورس اوراق بهادار وجود دارد یا خیر؟

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، توسعه محصول، صنعت خودروسازی، بورس اوراق بهادار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2005365>

