

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت استراتژیک بر کیفیت محصولات صنایع غذایی

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

صمد شفق - دانشجوی کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی فارابی، کرج

یاسر توبه - پژوهشگر، پژوهشکده توسعه برنامه ریزی جهاددانشگاهی، تبریز دانشجوی کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی فارابی کرج

احد شفق - کارشناسی ارشد mba، رییس شعبه بانک اقتصاد نوین

خلاصه مقاله:

مدیریت استراتژیک بر یکپارچه سازی فعالیتها و نیز جریانهای اطلاعاتی مرتبط با آنها از طریق بهبود روابط زنجیره ای برای دستیابی به مزیت رقابتی قابل اتکا و مداوم اشاره دارد. فرضیه پژوهش بیان می کند که بین مدیریت استراتژیک و کیفیت محصولات صنایع غذایی از رابطه مثبتی وجود دارد. نمونه آماری از روش نمونه برداری غیر احتمالی در دسترس از شرکتهای تولیدکننده صنایع غذایی شهر تبریز انتخاب شده است. که طبق جدول مورگان 51 شرکت انتخاب شده است. برای جمع آوری داده ها از مدیران و کارشناسان مرتبط شرکتهای تولید کننده صنایع غذایی از طریق پرسشنامه و مصاحبه استفاده گردیده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از نظرات متخصصان و صاحب نظران استفاده شده و برای تعیین پایایی پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ بالای 0/8 حاصل شده است. نتایج نشانگر آنست که به کارگیری سطح بالاتری از شیوه های مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی بر بهبود کیفیت صنایع غذایی، تاثیر مستقیم دارد. با جمع بندی نتایج پژوهش می توان چنین استنباط کرد که عملیات مدیریت استراتژیک اثری مثبت و مستقیم بر سطح کیفیت محصولات صنایع غذایی شرکت دارد که وجود رابطه مثبت و معنا دار در آن تایید شد. پیشنهاد میشود برای تقویت این رابطه تا حد امکان مدیران شرکتهای تجاری خود را متعهد سازند تا اطلاعات اختصاصی مرتبط و دانش فرآیندهای اصلی تجاری را با آنها تسهیم کنند و آنها را به طور کامل از موضوعاتی که تجارتشان را تحت تاثیر قرار می دهد، مطلع سازند.

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، برنامه ریزی، کیفیت، محصولات صنایع غذایی، شرکتهای صنایع غذایی تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/689219>

