

عنوان مقاله:

تاثیر متغیرهای سازمانی و محیطی بر تفکر استراتژیک و عملکرد استراتژیک بازاریابی بین المللی (مورد مطالعه: محصولات کاله)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

طیبه فراهانی - استادیار، دانشکده علوم انسانی، واحد بویین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بویین زهرا، ایران.

حسین گلچهره - دانشکده علوم انسانی، واحد بویین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بویین زهرا، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه رشد فعالیتهای تجاری بین المللی برای دولتها به منزله کلیدی برای بازآفرینی اقتصاد است تقریباً در تمام کشورهای در حال توسعه موضوع توسعه فعالیتهای تجاری بین المللی و صادرات در راس اولویت ها و سیاست گذاریهای دولت قرار دارد. مدیران ارشد سازمانهایی که فعالیتهای بازاریابی بینالمللی انجام میدهند برای کارآمد شدن سازمان شان باید به ابزار ساده و مهمی بنام تفکر استراتژیک مجهز شوند. هدف از تحقیق حاضر تعیین تاثیر متغیرهای سازمانی و محیطی بر تفکر استراتژیک و عملکرد استراتژیک در محصولات کاله است. جامعه آماری تحقیق کارشناسان ارشد و مدیران شرکت کاله هستند که به دلیل محدود بودن آنان با استفاده از جدول مورگان تعداد 384 نفر انتخاب شدند که پرسشنامه بصورت تصادفی در دسترس میان آنان توزیع شد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده های از مدل ساختاری با کمک نرم افزار اسمارتپاتالاس استفاده شده است. بنابر نتایج تحقیق عوامل سازمانی که شامل متغیرهای فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، قابلیت های سازمانی و حمایت های استراتژیک مدیریت بر تفکر استراتژیک تاثیر داشته، همچنین تفکر استراتژیک و عوامل محیطی بر عملکرد استراتژیک بازاریابی بین المللی تاثیر داشته اند.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، ساختار سازمانی، متغیرهای محیطی، تفکر استراتژیک و عملکرد استراتژیک.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915351>

