

عنوان مقاله:

مدیریت استراتژیک در شرکت های B2B و B2C صنعت چرم سازی استان آذربایجان شرقی

محل انتشار:

کنفرانس ملی دستاوردهای نوین پژوهشی در حسابداری و مدیریت (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مینژه هوشمندنعمت آباد - دانشجوی دکتری مدیریت اجرایی

یونس جبارزاده - عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

این مطالعه با هدف تعیین وضعیت مدیریت استراتژیک در شرکتهای B2B و C2B صنعت چرم سازی استان آذربایجان انجام شده است. روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده ها، میدانی و به شکل توصیفی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شرکت های چرم سازی استان آذربایجان شرقی است. جامعه آماری این تحقیق مدیران 134 واحد چرم سازی تبریز می باشد. روش جمع آوری آمار به صورت تمام شماری کل 134 واحد می باشد که بدلیل غیر فعال بودن برخی شرکت ها و عدم تمایل به همکاری برخی دیگر از آنها، محقق موفق به گردآوری 60 پرسشنامه از 60 واحد تولیدی چرم گردید. ابزار مورد استفاده، پرسشنامه مدیریت استراتژیک بر اساس مدل هیل و جونز می باشد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و کسب ضریب آلفای 0/82 مورد تایید قرار گرفت. جهت تحلیل داده ها از آزمون t مستقل استفاده شد. نتایج آمار توصیفی میانگین مدیریت استراتژیک را در شرکت های چرم سازی نشان داد. نتایج آزمون تی گروه های مستقل نشان داد که بین به کارگیری مدیریت استراتژیک در شرکت های B2B و B2C صنعت چرم سازی استان آذربایجان شرقی تفاوت وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، B2B، C2B، چرم سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/977030>

