

عنوان مقاله:

بررسی نقش واسط جهت گیری بازار بر رابطه ی بین شیوه های برنامه ریزی استراتژیک و عملکرد

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سیدمحمد مشایخی - گروه مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی کیش، جزیره کیش، ایران

داریوش جمشیدی - گروه مدیریت و بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خنج، فارس، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه اکثر سازمانها سعی دارند تا با استفاده از شیوه های برنامه ریزی استراتژیک و تدوین راهبردهای مناسب دورنمایی از آینده راترسیم کنند؛ چرا که سرعت تحولات آنقدر زیاد است که با برنامه ریزی عملیاتی و کوتاه مدت نمی توان به تغییرات پاسخ مناسب داد. علاوه بر این، مبتنی بر ادبیات بازاریابی، عملکرد بازار یک سازمان به جهت گیری بازار سازمان وابسته است. بنابراین گرایش به سویبازار و توجه به نقش مشتریان به عنوان یکی از دینفعان کلیدی سازمان، یکی از ارکان موفقیت سازمانها است. با توجه به این مساله، در تحقیق حاضر به بررسی نقش واسط جهت گیری بازار بر رابطه بین شیوه های برنامه ریزی استراتژیک و عملکرد جهاد کشاورزی استان تهران پرداخته شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و برحسب نحوه گردآوری داده ها به صورت کتابخانه ای و میدانیاست. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان جهاد کشاورزی استان تهران می باشد که به منظور تعیین تعداد نمونه آماری از روشنمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید و تعداد 161 نمونه انتخاب شد. نتایج به دست آمده نشان داد، شیوه های برنامه ریزیاستراتژیک، جهت گیری بازار و عملکرد جهاد کشاورزی استان تهران از وضعیت مطلوبی برخوردار است. شیوه های برنامه ریزیاستراتژیک اثر معناداری بر جهت گیری بازار و عملکرد جهاد کشاورزی استان تهران ندارد. جهت گیری بازار نیز اثر معناداری بر عملکردجهاد کشاورزی استان تهران ندارد. همچنین، جهت گیری بازار، تاثیر شیوه های برنامه ریزی استراتژیک بر عملکرد جهاد کشاورزی استان تهران را واسطه گری نمی کند.

کلمات کلیدی:

برنامه ریزی استراتژیک، جهت گیری بازار، عملکرد، جهاد کشاورزی استان تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826102>

