

عنوان مقاله:

هوشمندی رقابتی و هوشمندی استراتژیک و تصمیمات استراتژیک و تفکر استراتژیک (مورد مطالعه: برند چرم مشهد)

محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

احمد جوان جعفری - استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت موسسه حکمت رضوی مشهد

حدیثه احمدی شاه خاصه - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی موسسه حکمت رضوی مشهد

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر هوشمندی استراتژیک و هوشمندی رقابتی بر تصمیمات استراتژیک با نقش میانجی گری تفکر استراتژیک در برند چرم مشهد انجام گرفت. روش پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از لحاظ روش اجرا توصیفی - پیمایشی، همبستگی می باشد. جامعه آماری مورد نظر این پژوهش، متشکل از تمامی مدیران می باشد که در محدوده زمانی تحقیق در شعب برند چرم مشهد مشغول به فعالیت هستند که تعداد آن ها ۷۰ نفر است. در نتیجه روش نمونه گیری در پژوهش حاضر، سرشماری می باشد، که تعداد نمونه مورد مطالعه ۷۰ نفر برآورد گردید. قابل ذکر است که پرسش نامه مورد استفاده در این پژوهش به صورت محقق ساخته می باشد که بوسیله آن متغیرهای هوشمندی استراتژیک و هوشمندی رقابتی و تصمیمات استراتژیک و تفکر استراتژیک سنجیده شده است. این پژوهش از ۸ هدف و ۸ فرضیه تشکیل شده که تمام فرضیات این پژوهش مورد قبول واقع شده است.

کلمات کلیدی:

هوشمندی استراتژیک، هوشمندی رقابتی، تصمیمات استراتژیک، تفکر استراتژیک، مدیران برند چرم مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133935>

