

بررسی تاثیر ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه

موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی)

زهرا قهرمان بهار^۱، محمد رأفتی^۲، عصمت توسلی^{۳*}

^۱دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی چشمه نوشان خراسان (عالیس)، مدرس دانشگاه

Z.bahar64@yahoo.com

^۲استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

Mrafati82@yahoo.com

^{۳*} دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

Tavasoli saeideh@gmail.com

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی) بود. روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی، پیمایشی همبستگی بود. با مراجعه و استعلام از شرکت لبنی پگاه، جامعه آماری این تحقیق کارکنان شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی که به تعداد ۶۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. نمونه آماری این تحقیق کارکنان شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی با توجه به جدول مورگان، که به تعداد ۲۳۴ نفر بودند. و روش نمونه گیری به روش تصادفی ساده، بود داده‌های تحقیق با روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده و ابزار مورد استفاده پرسش‌نامه‌های استاندارد بود. پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ و روایی ابزار با روش محتوایی مورد تأیید قرار گرفته اند. هم‌چنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج نشان داد که ساختار سازمانی و همسویی استراتژیک بر موفقیت محصول جدید (مطالعه موردی شرکت لبنی پگاه در استان خراسان رضوی) تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: ساختار سازمانی، همسویی استراتژیک، موفقیت محصول جدید