



دانشگاه پیام نور مرکز کرج
بخش علمی مدیریت، اقتصاد و حسابداری

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته : مدیریت اجرایی (گرایش استراتژیک)

عنوان پایان نامه:

بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک و اثربخشی عملکرد

سازمان (مطالعه موردی شرکت لابیات پاک)

رویا حسینی

استاد راهنما : دکتر حبیب الله دانایی

استاد مشاور : دکتر شهرام هاشم نیا

آذر ۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور مرکز کرج

بخش علمی مدیریت، اقتصاد و حسابداری

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته : مدیریت اجرایی (گرایش استراتژیک)

عنوان پایان نامه:

بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک و اثربخشی عملکرد

سازمان (مطالعه موردی شرکت لبنیات پاک)

رویا حسینی

استاد راهنما : دکتر حبیب الله دانایی

استاد مشاور : دکتر شهرام هاشم نیا

آذر ۱۳۹۱

پیوست ۳ (صورتجلسه دفاع از پایان نامه)

تاریخ:/...../.....

شماره:



بسمه تعالی

صورتجلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد خانم /

آقای.....

دانشجوی رشته.....به شماره دانشجویی.....

تحت عنوان «.....»

با حضور هیات داوران در روز..... مورخ...../...../..... ساعت..... در محل

ساختمان..... برگزار شد و هیات داوران پس از بررسی، پایان نامه مذکور را

شایسته نمره به عدد.....به حروف..... با درجه.....تشخیص داد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبۀ دانشگاهی	دانشگاه / موسسه	امضاء
۱		استاد راهنما			
۲		استاد مشاور			
۳		استاد داور			
۴		نماینده تحصیلات تکمیلی			

گواهی اصالت

اینجانب رویا حسینی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۷ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیرمستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود. دانشجو تایید می‌نماید که مطالب مندرج در پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

اینجانب رویا حسینی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۷ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی گواهی می‌نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب و ... به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

آذر ۱۳۹۱

تقدیم به مادرم

ناز پرداز لطافت، مهربانوی طراوت زندگیم.

تقدیم به پدرم

خورشید کرم پوی، تابنده و مستی بخش زندگیم.

تقدیم به همسر عزیزم

که وجودشان روشنی بخش حیاتم، کلامشان راه‌کشی طریقتم و مهرشان

تسلای وجودم است.

پاسکزاری

پاس بیکران ایندمنان را که در پرتولایزش توفیق آموختن میسر کردید.

رحمت و سعادتش فرصتی معتنم داد و بر خود لازم می دانم تا از محضر استادان گرانقدر

دکتر حبیب الله دانایی و دکتر شهرام هاشم نیا

مراتب تقدیر و تشکر خود را که در تهیه این پروژه مساعدت نموده اند، اعلام نمایم که با نظرات

خردمندان و مساعدت های بیدریغشان، تکوین این مجموعه را میسر ساختند.

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک و اثر بخشی عملکرد سازمانی در شرکت لبنیات پاک می باشد.

- تحقیق از دیدگاه هدف کاربردی، از نظر نحوه گرد آوری داده ها، توصیفی پیمایشی و مهمترین ابزار جمع آوری داده های آن، پرسشنامه می باشد برای طراحی پرسشنامه ابتدا با دو نفر از کارشناسان شرکت لبنیات پاک مصاحبه ای داشتیم و مجموع عواملی که ممکن بود بر اثر بخشی عملکرد سازمان موثر باشد را مشخص ساختیم سپس پرسشنامه براساس مقیاس ۷ مرتبه ای لیکرت طراحی و تدوین شد جهت سنجش روایی و پایایی پرسشنامه ها هم ابزار گردآوری اطلاعات با هماهنگی و تایید اساتید مورد استفاده قرار گرفته تا بدین وسیله اطمینان از روایی تحقیق حاصل شود و جهت سنجش پایایی هم از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است و نتایج دلالت بر پایایی پرسشنامه ها دارد. در این تحقیق دو معیار رضایت مشتری و میزان فروش سودآوری به عنوان معیارهای اثربخشی عملکرد سازمان در نظر گرفته شده است.

به منظور سنجش فرضیات تحقیق از آزمون های همبستگی و رگرسیون خطی استفاده گردید. کلیه محاسبات و تحلیل های آماری با نرم افزار SPSS انجام شده است.

نتایج تحقیق نشان می دهد رابطه مثبت و معناداری میان مدیریت عملکرد استراتژیک و رضایت مشتری ($r=0/299$) و میزان فروش و سود آوری ($r=0/544$) به عنوان معیارهای اثربخشی عملکرد سازمانی وجود دارد. به عبارت دیگر، نتایج کلی تحقیق اذعان دارد که اگر به کارکردهای مدیریت عملکرد از منظر استراتژیک نگاه شود و متناسب با آن برنامه ریزی صورت پذیرد، عملکرد سازمانی افزایش و بهبود خواهد یافت.

موضوع گرایش استراتژیک و تعیین استراتژی های سازمانی به ویژه در حوزه مدیریت عملکرد در ایران کمتر کار شده است و محققین چندانی در این موضوع به مطالعه و بررسی نپرداخته اند. تحقیق حاضر از جمله معدود کارهایی است که در حوزه استراتژیک و عملکرد سازمانی به انجام رسیده است.

کلید واژه ها: مدیریت عملکرد استراتژیک، اثربخشی،

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول : کلیات تحقیق
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- موضوع تحقیق
۲	۳-۱- بیان مسأله تحقیق
۳	۴-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۴	۵-۱- اهداف تحقیق
۴	۶-۱- سؤال های تحقیق
۵	۷-۱- فرضیه های تحقیق
۵	۸-۱- قلمروی تحقیق
۵	۱-۸-۱- قلمرو مکانی
۵	۲-۸-۱- قلمرو زمانی
۶	۹-۱- تعریف عملیاتی متغیرها
۶	۱-۹-۱- مدیریت عملکرد
۷	۲-۹-۱- کارایی
۷	۳-۹-۱- اثربخشی
۷	۴-۹-۱- بهره وری

فصل دوم : ادبیات موضوع

۹	۱-۲- مقدمه
۹	۲-۲- مدیریت منابع انسانی
۱۲	۱-۲-۲- مراحل عمده فرایند مدیریت منابع انسانی
۱۲	۲-۲-۲- وظایف مدیریت منابع انسانی

۱۴	۳-۲- مفهوم استراتژی و مدیریت استراتژیک
۱۶	۴-۲- مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۸	۱-۴-۲- تاریخچه شکل گیری مدیریت منابع انسانی استراتژیک
۱۹	۲-۴-۲- ضرورت بکارگیری مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۲۱	۵-۲- تفاوت مدیریت منابع انسانی و مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۲۲	۶-۲- کارکردهای مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۲۴	۷-۲- استراتژی های تامین ، جذب و استخدام کارکنان
۲۷	۸-۲- استراتژی توسعه منابع انسانی
۲۷	۹-۲- استراتژی مدیریت عملکرد کارکنان
۲۸	۱۰-۲- استراتژی جبران خدمات و پاداش
۳۱	۱۱-۲- استراتژی روابط کارکنان
۳۴	۱۲-۲- کارکردهای مدیریت منابع انسانی
۳۵	۱-۱۲-۲- طراحی شغل
۳۶	۲-۱۲-۲- کارگزینی
۳۶	۳-۱۲-۲- آموزش
۳۷	۴-۱۲-۲- ارزیابی عملکرد
۴۰	۵-۱۲-۲- پاداش
۴۲	۶-۱۲-۲- حمایت سازمانی
۴۲	۱۳-۲- مدیریت استراتژیک
۴۵	۱۴-۲- تعریف استراتژی و مدیریت استراتژیک
۵۸	۱۵-۲- عملکرد سازمانی
۶۳	۱۶-۲- پیشینه تحقیق

فصل سوم : روش شناسی تحقیق

۷۱	۱-۳- مقدمه
۷۱	۲-۳- رویکرد تحقیق با توجه به هدف

۷۱	۳-۲-۱- تحقیقات اکتشافی
۷۲	۳-۲-۲- تحقیقات توصیفی
۷۲	۳-۲-۳- تحقیقات تشریحی
۷۲	۳-۳- نوع تحقیق با توجه به هدف
۷۲	۳-۴- روش انجام تحقیق
۷۳	۳-۴-۱- روش توصیفی-کیفی
۷۴	۳-۴-۱-۱- روش پیمایشی
۷۴	۳-۴-۱-۲- روش همبستگی
۷۴	۳-۵- روش های جمع آوری اطلاعات
۷۵	۳-۵-۱- اطلاعات ثانویه
۷۵	۳-۵-۲- اطلاعات اولیه
۷۵	۳-۵-۲-۱- مصاحبه
۷۶	۳-۵-۲-۲- پرسشنامه
۷۷	۳-۶- مدل مفهومی تحقیق
۷۷	۳-۷- جامعه آماری
۷۷	۳-۸- تحلیل پرسشنامه
۷۸	۳-۸-۱- سنجش روایی و پایایی پرسشنامه
۸۴	۳-۹- خلاصه فصل و نتیجه گیری

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

۸۶	۴-۱- مقدمه
۸۶	۴-۲- انواع تجزیه تحلیل
۸۶	۴-۲-۱- تجزیه تحلیل توصیفی
۸۷	۴-۳- مشخصات پاسخگویان
۸۹	۴-۴- وضعیت پاسخگویان از لحاظ جنسیت

- ۹۰- ۵-۴- وضعیت پاسخگویان از لحاظ سن
- ۹۱- ۶-۴- وضعیت پاسخگویان از لحاظ تحصیلات
- ۹۳- ۷-۴- وضعیت پاسخگویان از لحاظ سابقه فعالیت در شرکت
- ۹۴- ۸-۴- شاخص های توصیفی
- ۹۶- ۹-۴- روش تجزیه و تحلیل استنباطی
- ۹۷- ۱-۹-۴- فرضیات مطروحه در پژوهش
- ۹۷- ۲-۹-۴- روند تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش به کمک آمار استنباطی
- ۹۷- ۳-۹-۴- بررسی نرمال بودن متغیرها
- ۹۸- ۱۰-۴- بررسی فرضیات از لحاظ وجود رابطه همبستگی معنادار
- ۱۰۱- ۱۱-۴- آزمون های رگرسیون
- ۱۰۵- ۱۲-۴- خلاصه فصل و نتیجه گیری

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

- ۱۰۷- ۱-۵- مقدمه
- ۱۰۷- ۲-۵- نتایج کلی
- ۱۰۸- ۳-۵- نتایج عملیاتی یا کاربردهای تحقیق
- ۱۰۸- ۴-۵- جنبه نوآوری تحقیق
- ۱۰۹- ۵-۵- پیشنهادات برای انجام تحقیقات آتی
- ۱۱۱- منابع

فهرست جداول

۲۶	جدول ۱-۲- منابع تهیه نیروهای انسانی سازمان
۳۱	جدول ۲-۲- استراتژی های منابع انسانی و مولفه های آن
۳۳	جدول ۳-۲- کارکردهای مدیریت منابع انسانی موثر بر عملکرد
۴۱	جدول ۴-۲- مثالهایی از پاداش های درونی و بیرونی
۶۰	جدول ۵-۲- شاخص های ارزیابی عملکرد غیر مالی
۸۰	جدول ۱-۳: بررسی گویه ها و مولفه های تحقیق از لحاظ پایایی
۸۸	جدول ۱-۴: مشخصات و ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان در حالت کلی
۸۹	جدول ۲-۴: وضعیت پاسخگویان (کل) از لحاظ جنسیت
۹۰	جدول ۳-۴: وضعیت پاسخگویان (کل) از لحاظ سنی
۹۱	جدول ۴-۴: مقایسه وضعیت نمونه انتخابی بر اساس تحصیلات
۹۳	جدول ۵-۴: وضعیت پاسخگویان از لحاظ سابقه فعالیت
۹۵	جدول ۶-۴: شاخص های توصیفی مربوط به عملکرد سازمانی
۹۶	جدول ۷-۴: شاخص توصیفی مدیریت عملکرد استراتژیک
۹۸	جدول ۸-۴: آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق
۹۹	جدول ۹-۴: همبستگی و معناداری همبستگی میان مدیریت عملکرد استراتژیک و رضایت مشتری
۹۹	جدول ۱۰-۴: وضعیت همبستگی بین مدیریت عملکرد استراتژیک و رضایت مشتری
	جدول ۱۱-۴: همبستگی و معناداری همبستگی میان مدیریت عملکرد استراتژیک و میزان فروش و سود آوری
۱۰۰	
۱۰۰	جدول ۱۲-۴: وضعیت همبستگی بین مدیریت عملکرد استراتژیک و میزان فروش و سود آوری
۱۰۱	جدول ۱۳-۴: تجزیه تحلیل ANOVA
۱۰۲	جدول ۱۴-۴: محاسبه ضرایب و معناداری مدیریت عملکرد استراتژیک - رضایت مشتری
۱۰۲	جدول ۱۵-۴: تجزیه تحلیل ANOVA
۱۰۳	جدول ۱۶-۴: محاسبه ضرایب و معناداری رگرسیون عملکرد- فروش
۱۰۷	جدول ۱-۵ خلاصه نتایج فرضیات

فهرست اشکال

۱۲	شکل ۱-۲- مراحل مدیریت منابع انسانی
۱۴	شکل ۲-۲- وظایف مدیریت منابع انسانی
۲۴	شکل ۳-۲- کارکردهای مدیریت منابع انسانی استراتژیک
۳۹	شکل ۴-۲- مراحل ارزیابی در سیستم ارزیابی
۴۲	شکل ۵-۲- ابعاد مدیریت استراتژیک در تحقیق
۶۲	شکل ۶-۲- شاخص های ارزیابی عملکرد سازمانی
۷۷	شکل ۱-۳- مدل مفهومی تحقیق

فهرست نمودارها

- نمودار ۴-۱: مقایسه وضعیت مردان و زنان در نمونه انتخابی ۸۹
- نمودار ۴-۲: مقایسه وضعیت سنی مردان و زنان در نمونه انتخابی ۹۱
- نمودار ۴-۳: مقایسه وضعیت تحصیلات در نمونه انتخابی ۹۲
- نمودار ۴-۴: مقایسه وضعیت نمونه انتخابی از لحاظ سطح تحصیلات ۹۲
- نمودار ۴-۵: مقایسه وضعیت نمونه انتخابی از لحاظ سابقه فعالیت ۹۴

او

کلیات ۱

□ □ □ □ دمه

تحقیقات نشان می دهد که سازمانهای سنتی و سلسله مراتبی که مدیریت بر پایه دیدگاه فرماندهی و کنترل است تنها ۲۵ درصد تا ۳۰ درصد ظرفیت منابع انسانی بکار گرفته می شود امروز در زمانه ای زندگی می کنیم که هر سازمانی نتواند سریع تر ، ارزانتر و با کیفیت بالاتر از رقبای جهانی خود تولید کند از صحنه بازار حذف می گردد . در میدان رقابت پر هیاهو تنها سازمانهایی ماندگار است که از تمامی ظرفیت منابع انسانی خود بهره گیرد و آنان که الگوهای سنتی مدیریت را که مبتنی بر فرماندهی مدیر و فرمانبری کارکنان است برمی گزینند رفتنی است . آنچه مدیران امروز به دنبال آن هستند یافتن راه حل مشکلات کار با استفاده از مدارک و دفاتر و در فاصله زمانی کوتاهتر است . مدیریت عملکرد را می توان در واقع یک روش استراتژیک و یکپارچه دانست هم از این جهت که روشی برای مهیا کردن موقعیتی پایدار به منظور عبور عملکرد کارکنان در سازمان می باشد و هم به واسطه افزایش قابلیتهای مشارکتی فردی و گروهی که در بین کارکنان ایجاد می نماید . مدیریت عملکرد با تاثیر مثبت بر عملکرد سازمان افزایش بهره وری افزایش کار و خدمات و ارتقا سطح رضایتمندی مشتریان را فراهم می نماید .

این فصل ضمن مروری بر موضوع تحقیق بیان مسأله تحقیق، اهداف، فرضیه‌ها، سوالات تحقیق، قلمرو تحقیق و در نهایت، تعریف‌های متغیرهای عملیاتی، سعی در ترسیم تصویر و ذهنیتی جامع از کلیات این تحقیق خواهد داشت.

□ □ □ □ مودت

موضوع این پژوهش بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک و اثر بخشی عملکرد سازمانی می باشد.

□ □ □ □ بیلن تله

جان دیویی (۱۹۳۳) در کتاب □ چگونه ما فکر می‌کنیم □ می گوید: □ اولین مرحله تحقیق

احساس وجود یک مسئله است (نراقی و نادری، ۱۳۷۵). آلبرت انیشتین اشاره می کند:

تعریف و بیان مسئله مهم تر از حل مسئله است، به عبارتی مسئله ای که خوب حل‌جی شود نصف آن حل است. (میرآبی، ۱۳۸۲)

افزایش جو رقابتی سبب شده است که سازمان های امروز، با مشکلات و مسائل مختلفی مواجه گردند. فرایند جهانی شدن و به وجود آمدن سازمان تجارت جهانی، پیشرفت های وسیع در حوزه تکنولوژی و فن آوری، تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، کمبود منابع، افزایش تعداد تولید کنندگان و هزینه های بالای تولید چالش هایی هستند که بنگاه ها و شرکت های مختلف با آن روبرو هستند. ارتقای عملکرد سازمانی همواره یکی از اهداف اصلی سازمانها و واحدهای کسب و کار بوده است. این عملکرد از جنبه های مختلف مانند عملکرد مالی، عملکرد انسانی و بهره وری دنبال می شود و مدیران همواره درصددند تا به بهبود عملکرد سازمانی کمک نمایند. عوامل متعددی بر عملکرد سازمانها تاثیر گذارند به طوری که شاید نتوان لیست جامعی از مجموع آنها تهیه نمود. اما با این حال در سالهای اخیر، به طور قابل توجهی بر مقوله مدیریت عملکرد استراتژیک و علی الخصوص برنامه ریزی استراتژیک و تاثیرات مثبت آن بر اثر بخشی عملکرد سازمانی تاکید می شود. اهمیت این دو مقوله از آن جهت بالاست که همگی جز منابع موجود سازمانها محسوب می گردند و به منظور ارتقای آنها، نیازی به سرمایه گذاری قابل توجه نیست. از آنجایی که اغلب سازمانها، درصددند تا با استفاده از منابع موجود و با صرف حداقل هزینه ممکن، عملکرد خود را بهبود بخشند، استفاده از منابع موجود اهمیت دو چندان می یابد.

اما سوالی که مطرح می گردد این است که چگونه می توان با استفاده از منابع موجود، عملکرد سازمان را ارتقا بخشید چگونه با در نظر گرفتن شرایط و عوامل بازار، می توان از اهرم هایی مانند مدیریت استراتژیک در جهت افزایش اثربخشی عملکرد سازمانی بهره برد

۱-۱-۱ اهمیت و رورک ۱

فعالیت در شرایط رقابتی سبب شده است تا سازمانها، بیش از پیش به اهمیت بازنگری در روشهای افزایش و بهبود عملکرد سازمانی توجه کنند. محققین و صاحب نظران اذعان دارند که در شرایط کنونی،

شرکت‌ها مجبورند تا بیشتر بر فعالیت رقبا تمرکز داشته باشند، شرایط بازار را به طور مستمر ارزیابی کنند، به دنبال راه‌های کاهش هزینه و مخارج باشند، عملکرد خود را بهبود بخشند و به منظور جلب رضایت بیشتر مشتریان تلاش کنند. از آنجایی که مهمترین عامل تولیدی هر سازمان منابع انسانی آن می‌باشد، ضروری است نقش مدیریت عملکرد، بعنوان یکی از راهبردهای توسعه و به روز آوری منابع انسانی، در بهبود عملکرد کارکنان و همسویی عملکرد آنان با اهداف کلان سازمانها و در نتیجه بهبود عملکرد و اثر بخشی سازمانی مورد بررسی قرار گیرد.

۱-۱-۱-۱-۱-۱

هدف تحقیق، همزمان با گزینش موضوع تعیین می‌شود (فرخزاد، ۱۳۸۴). هدف اصلی این تحقیق که همان موضوع تحقیق قلمداد می‌شود عبارت است از: بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک و اثر بخشی عملکرد سازمانی در شرکت لبنیات پاک. جهت دستیابی به هدف اصلی، اهداف فرعی به صورت ذیل تعریف می‌گردد:

اهدای فرعی:

- بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک با رضایت مشتری در شرکت لبنیات پاک
- بررسی رابطه مدیریت عملکرد استراتژیک با میزان فروش و سود آوری در شرکت لبنیات پاک.

۱-۱-۱-۱-۱-۱

قابل توجه است که سوال‌های تحقیق به صورت جهت‌دار بیان نشده است، زیرا که سوال پیش‌بینی‌هی گونه رابطه‌ای بین متغیرها نیست، همان‌طور که در بحث مربوط به فرضیه‌های تحقیق خواهد آمد، پیش‌بینی جهت روابط میان متغیرها را در بیان فرضیه‌های تحقیق، منظور می‌کنیم. سوال‌های این تحقیق، از نوع توصیفی است. سوالات توصیفی، گویه‌های □چه هست□ و □چه بود□ را شامل می‌شود. این نوع سوال‌ها (توصیفی)، صریح‌ترین سوال‌ها هستند و اغلب در جستجوی اطلاعاتی در مورد ویژگی‌های توصیفی هستند. (هدریک، ۱۳۷۸)

سوالات تحقیقی در این تحقیق عبارت است از:

سوال اصلی :

- چه رابطه ای بین مدیریت عملکرد استراتژیک و اثر بخشی عملکرد سازمانی وجود دارد.

سوا ت فرعی:

- چه رابطه ای بین مدیریت عملکرد استراتژیک و رضایت مشتری وجود دارد.
- چه رابطه ای بین مدیریت عملکرد استراتژیک و میزان فروش و سود آوری وجود دارد.

فرضیه های تحقیق

فرضیه های تحقیق حاضر عبارتند از:

فرضیه اصلی:

مدیریت عملکرد استراتژیک رابطه مثبت و معناداری با اثر بخشی عملکرد سازمانی دارد.

فرضیات فرعی:

H_1 مدیریت عملکرد استراتژیک رابطه مثبت و معناداری با رضایت مشتری دارد.

H_2 مدیریت عملکرد استراتژیک رابطه مثبت و معناداری با میزان فروش و سود آوری دارد.

مرور

لمرو مانی:

قلمرو زمانی تحقیق محدود به بازه ای است که اطلاعات جمع آوری شده است که عبارت است از:

اسفند ۱۳۹۰ تا اردیبهشت ۱۳۹۱.

لمروی مکانی

اطلاعات جمع آوری شده مربوط به شرکت لبنیات پاک می باشد.