

عنوان مقاله:

بررسی اثرات شبکه های اجتماعی و کسب و کار بر عملکرد شرکت های تولیدی مستقر در شهرک صنعتی رشت

محل انتشار:

هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

پژمان احمدی فرد - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی راهبردشمال، رشت

سیدحمید خداداد حسینی - استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

عادل آذر - استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی اثرات شبکه های اجتماعی و کسب و کار بر عملکرد شرکت های تولیدی مستقر در شهرک صنعتی رشت می باشد. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و به ماهیت از نوع پیمایشی می باشد و نهایتاً از لحاظ روش جمع آوری داده ها و اطلاعات از نوع میدانی میباشد. جامعه آماری این پژوهش را شرکت های تولیدی مستقر در شهرک صنعتی رشت می دهند. از این جامعه، نمونه ای به تعداد 136 شرکت و به روش نمونه گیری اتفاقی انتخاب شد که 67 شرکت در نهایت پاسخگو بودند. برای گردآوری داده های پژوهش، پرسشنامه ای حاوی 28 سؤال طراحی شد. روایی پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور و پایایی مورد نظر در این مطالعه با ضریب آلفای کرونباخ که مقدارش بالای 0/7 شد بررسی و تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی از نرم افزار SPSS22 و برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها در بخش آمار استنباطی از مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار Smart PLS3 استفاده شد. نتایج نشان داد که شبکه های اجتماعی و کسب و کار بر عملکرد شرکت تأثیری ندارند ولی بر قابلیت بازاریابی تأثیر مثبت و معناداری دارند. قابلیت بازاریابی نیز بر استراتژی رقابتی و ارتباطات بازاریابی تأثیر مثبت و معناداری دارند. ارتباطات بازاریابی نیز بر استراتژی رقابتی تأثیر مثبت و معنادار دارد ولی بر عملکرد شرکت تأثیری ندارد. همچنین استراتژی رقابتی بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

شبکه های کسب و کار، عملکرد شرکت، استراتژی رقابتی، ارتباطات بازاریابی، قابلیت بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1162197>

