

عنوان مقاله:

تأثیر استراتژی کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

علی اکبر احمدی - استاد دانشگاه پیام نور

فریده علی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

امروزه استراتژی های سازمان اعم از استراتژی های کسب و کار، فناوری اطلاعات، بازاریابی و ... از ملزومات پیشرفت های سازمانی هستند. مدیران و صاحبان کسب و کارها به خوبی می دانند اگر این استراتژی ها را بکارگیرند، تا چه حد می توانند سبب موفقیت و سودآوری شرکت ها و کسب و کارهای خود شوند. بنابراین هدف از انجام این پژوهش تأثیر استراتژی کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت می باشد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان و مدیران هتل های استقلال، هما و آزادی شهر تهران می باشد. ابزار جمعآوری داده ها پرسشنامه بوده و روایی سازه از طریق تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت، تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از طریق مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Spss و Pls انجام شد. یافته های این تحقیق نشان داد که تمام فرضیات تایید شد و همچنین برازش مدل ساختاری تایید شد.

کلمات کلیدی:

استراتژی کسب و کار، فناوری اطلاعات، قابلیت های بازاریابی، عملکرد کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1183165>

