

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر همسو کردن استراتژی های کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر کارکرد سازمان ها

## محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

علیرضا مقدسی - استاد گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

ساناز باقری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، واحد آموزش الکترونیکی، دانشگاه فردوسی مشهد

حامد نیساری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، واحد آموزش الکترونیکی، دانشگاه فردوسی مشهد

## خلاصه مقاله:

بررسی همسویی استراتژی فناوری اطلاعات و کسب و کار و رابطه آن با عملکرد مالی از سابقه طولانی برخوردار است. دلیل این امر وجوه مختلف موضوع و نتایج متفاوت آن در دوره های زمانی و بافت های مختلف سازمانی است. در این مقاله سعی شده است تا رابطه بین همسویی استراتژی فناوری اطلاعات و کسب و کار و عملکرد مالی سازمان در یک دوره زمانی پنج ساله در مجموعه های از شرکت های عضو سازمان بورس و اوراق بهادار ایران مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. از این رو، از نظریه پیکربندی در مدیریت استراتژیک برای توسعه مدل مفهومی استفاده شد. با تحلیل داده ها، استراتژی فناوری اطلاعات در سه پیکره ی توسعه ای، نوآورانه و محافظه کارانه و استراتژی کسب و کار در چهار پیکره ی نوآران، مدافعان هزینه، مدافعان تمایز و تحلیل گران پیکربندی شدند. برای آزمون روابط میان پیکره ها از دو روش هم سویی به منزله همبستگی و هم سویی به منزله گشتالت استفاده شد. در آزمون همبستگی، روابط بین ترکیب ها از ادبیات تحقیق استخراج شد و در روش گشتالت ترکیب پیکره ها به صورت اکتشافی با استفاده از داده های مسئله و بدون پیش فرض انجام گرفت. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که به جز رابطه بین پیکره محافظه کارانه و مدافع هزینه دیگر روابط با عملکرد رابطه معناداری ندارند. در روش گشتالت یک خوشه با عملکرد بالا استخراج شد که ترکیبی از استراتژی های نوآران، مدافع تمایز از سمت کسب و کار و استراتژی های نوآورانه و توسعه ای از سمت فناوری اطلاعات بود

## کلمات کلیدی:

همسویی استراتژیک، نظریه احتمالی، نظریه پیکر بندی، جهت گیری استراتژیک، عملکرد شرکت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557635>

