

## عنوان مقاله:

ارائه راهکاری مبتنی بر فناوری اطلاعات و قابلیت های بازاریابی بر سوددهی شرکت های تولید کننده لوازم خانگی استان فارس

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

صادق زارع - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی روزبهان، ساری، مازندران، ایران

مریم تقوایی یزدی - دانشیار گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر ارائه راهکاری مبتنی بر فناوری اطلاعات و قابلیت های بازاریابی بر سوددهی شرکت های تولید کننده لوازم خانگی استان فارس بود. این پژوهش کاربردی از نوع توصیفی پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۱۵۷ نفر از کلیه کارکنان شرکت های تولید کننده لوازم خانگی استان فارس بودند که با نمونه گیری کوکران نمونه ای به حجم ۲۸۸ نفر به شیوه تصادفی ساده انتخاب شده بودند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه ۱۰ سوالی فناوری اطلاعات رضایی (۱۳۹۵) پرسشنامه ۱۵ سوالی قابلیت بازاریابی کاتلر (۲۰۰۶) و پرسشنامه ۴۲ سوالی عملکرد شرکت هرسی و گلداسمیت (آچیو) است. هر سه پرسشنامه از روایی و پایایی بالایی برخوردار و پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۱، ۰/۸۵ و ۰/۹۰ بدست آمد. جهت تحلیل داده ها از فنون آمار توصیفی (جدول فراوانی، نمودارهای میله ای، شاخصهای مرکزی نظیر میانگین و مد و همچنین شاخصهای پراکندگی نظیر انحراف معیار)، و آمار استنباطی (آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع داده ها و در صورت نرمال بودن از آزمون معادلات ساختاری) در نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که فناوری اطلاعات از طریق قابلیت های بازاریابی بر سوددهی شرکت های تولید کننده لوازم خانگی استان فارس تاثیرگذار است و همچنین فناوری اطلاعات بر قابلیت های بازاریابی و سوددهی شرکت ها نیز تاثیر مثبت و معناداری داشته و قابلیت های بازاریابی بر سوددهی شرکت های تولید کننده لوازم خانگی استان فارس تاثیر مثبت و معناداری داشته است.

## کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات، قابلیت های بازاریابی، عملکرد شرکت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1604287>

