

عنوان مقاله:

تاثیر گرایش استراتژیک کسب و کار، بازاریابی و فناوری اطلاعات بر عملکرد شرکت های دانش بنیان: نقش همسویی استراتژیک سه گانه

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، دوره 5، شماره 14 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

خاطره صمیمی مهر - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور مرکز قشم

نبی امیدی - استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران

خلاصه مقاله:

هدف: این مطالعه با تکیه بر نظریه اقتضایی و تئوری پیکربندی، تاثیر عملکرد همسویی استراتژیک سه گانه را در بین استراتژی های کسب وکار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بررسی می کند و به طور همزمان جهت گیری استراتژیک شرکت ها را در نظر می گیرد. روش: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری سطوح مدیریت و کارشناسان شرکتهای دانش بنیان پارک زیست فناوری خلیج فارس که حجم نمونه ۱۲۴ نفری از بین آنها انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده موردسنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها جمعیت شناختی و استخراج شاخصه ای مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS۲ Smart۳ استفاده شده است. یافته ها: (۱) رویکرد استراتژیک تجاری، استراتژیک فناوری اطلاعات و استراتژیک بازاریابی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی داری دارد. (۲) همسویی استراتژیک سه گانه تاثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارد. (۳) همسویی استراتژیک سه گانه نقش میانجی مثبت و معنی داری در تاثیر رویکرد استراتژیک تجاری، استراتژیک فناوری اطلاعات و استراتژیک بازاریابی بر عملکرد شرکت دارد. نتیجه گیری: این تحقیق به ادبیات همسویی استراتژیک و درک مدیران از نحوه همسوسازی استراتژی های تجاری، فناوری اطلاعات و بازاریابی برای بهبود عملکرد شرکت کمک می کند.

کلمات کلیدی:

رویکرد استراتژیک تجاری، رویکرد استراتژیک فناوری اطلاعات، رویکرد استراتژیک بازاریابی، عملکرد شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1669794>

