

عنوان مقاله:

تاثیر همسویی استراتژی های کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های علوم مدیریت، دوره 5، شماره 14 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

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

خلاصه مقاله:

هدف: به منظور موفقیت در محیط رقابتی کسب و کار امروز، یک شرکت باید یک استراتژی تجاری روشن داشته باشد که توسط سایر استراتژی های سازمانی پشتیبانی می شود. در حالی که مطالعات قبلی استدلال می کنند که همسویی استراتژیک عملکرد شرکت را افزایش می دهد، همسویی استراتژیک شامل عوامل متعدد یا جهت گیری استراتژیک شرکت ها توجه کمی را به خود جلب کرده است. این مطالعه تاثیر عملکرد همسویی استراتژیک سه گانه را در بین استراتژی های کسب و کار، 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 وتحلیل داده ها جمعیت شناختی و استخراج شاخصه ای مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه وتحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS۲ Smart۳ استفاده شده است. یافته ها: گرایش استراتژیک تجاری، استراتژیک فناوری اطلاعات و استراتژیک بازاریابی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معنی داری دارد. همسویی استراتژیک سه گانه تاثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارد. نتیجه گیری: این پژوهش به درک مدیران از نحوه همراستایی استراتژی های تجاری، فناوری اطلاعات و بازاریابی برای بهبود عملکرد شرکت کمک شایان می کند.

کلمات کلیدی:

همسویی استراتژیک، گرایش استراتژیک تجاری، گرایش استراتژیک فناوری اطلاعات، گرایش استراتژیک بازاریابی، عملکرد شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1669885>

