

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین فناوری اطلاعات و استراتژیهای نوین تجاری در شرکتهای تولیدی استان کرمانشاه

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

بهاره مرادی علی آبادی - دانشجوی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی بازاریابی واحد کرمانشاه دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، شناسایی رابطه بین استراتژیهای تجارت و فناوری اطلاعات است. در این پژوهش، مدلی از ابعاد فناوری اطلاعات که شامل: سازگاری، اتصال، پیمانه ای بودن اطلاعات و قابلیت IT نسبت به تدوین استراتژی های تجارت مورد مطالعه ارار گرفته است. برای آزمون فرضیهها، پرسشنامهی بسته با طیف لیکرت و به تعداد 42 سوال طراحی و بین جامعه آماری (کارکنان و مدیران IT در شرکت های مورد پژوهش) به تعداد 301 نفر توزیع گردید. روش بکار رفته در این پژوهش، روش توصیفی پیمایشی میباشد. برای آزمون - فرضیات از روش تحلیل مسیر بهره گرفته و از نرم افزار AMOS برای تجزیه و تحلیل آماری داده ها استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش تاثیر مثبت و معنادار متغیرها را بر استراتژی های تجارت نشان میدهد که از این بین متغیر پیمانه ای بودن اطلاعات بیشترین تأثیر و متغیر اتصال فناوری اطلاعات کمترین تاثیر بر روی این استراتژی های تجارت داشته است.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات، استراتژیهای تجارت، شرکتهای شهرک صنعتی استان کرمانشاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/439881>

