

عنوان مقاله:

تحلیل میزان تأثیر اجرای استراتژی های کسبوکار الکترونیکی بر عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: آژانسهای مسافرتی شهرستان اصفهان)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حسین رضایی دولت آبادی - دانشگاه اصفهان

راحله صادقی - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نراق

خلاصه مقاله:

در قرن حاضر اگر چه فرآیند جهانی شدن بسیار فراگیر است و بر همه حوزه های زندگی اجتماعی تأثیرگذار است، اما آشکارترین و برجستهترین نمود آن مربوط به حوزههای اقتصادی می باشد که در سالهای اخیر تحت تأثیر تحولات و پیشرفت های حیرتانگیز در عرصه ارتباطات بوده است. در همین راستا در پژوهش حاضر به تحلیل میزان تأثیرگذاری استراتژی های کسب و کار الکترونیکی بر عملکرد سازمانی پرداخته شد. پژوهش از نوع توصیفی- پیمایشی، میدانی و همبستگی بود. با توجه به اینکه جامعه آماری مدیران ارشد آژانس های مسافرتی و به تعداد 120 نفر بودند، با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه 92 نفر تعیین شد. مدل ارائه شده از طریق پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفت. ابزار به کار رفته جهت تجزیه و تحلیل در این پژوهش نرم افزارهای SPSS و PLS می باشد. روایی پرسشنامه از دو بعد ظاهری و سازه تأیید و همچنین با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ پایایی آن نیز مورد قبول واقع شد. پس از تجزیه و تحلیل داده های پژوهشگر به این نتیجه رسید که از پانزده فرضیه طرح شده تنها سه فرضیه یعنی تأثیر مدیریت دانش، ایجاد تمایز و چابکی سازمانی بر عملکرد سازمانی رد شدند. بنابراین مدیران بایستی در تدوین سیاستهای سازمان به عواملی که تأثیر مثبتی بر عملکرد دارند، توجه ویژه نمایند.

کلمات کلیدی:

استراتژی های کسبوکار الکترونیکی، عملکرد سازمانی، بازارگرایی، هوشمندی بازار، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554891>

