

عنوان مقاله:

اجرای روش لانه ای با هدف بخش بندی بازار سیستم های اطلاعاتی استراتژیک

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

زهره مقیمی - کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران

حسین خنیفر - استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران

مرتضی سلطانی - استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران

محمد رحیم اسفیدانی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این مقاله بخش بندی بازار سیستم های اطلاعات استراتژیک است. از مدل بخش بندی لانه ای به منظور فرآیند بخش بندی این بازار استفاده شده است. این مدل جامع ترین مدل بخش بندی بازار است و از پنج لایه تشکیل شده است. به منظور بخش بندی بازار سیستم های اطلاعات استراتژیک همه متغیرهای این لایه ها بررسی و در مصاحبه با اساتید و خبرگان این حوزه مهم ترین و مربوط ترین این متغیرها شناسایی شدند؛ همچنین، در ادامه با بهره گیری از پرسشنامه ای که توسط 286 تن از مدیران ارشد سازمان هایی که فرآیند برنامه ریزی استراتژیک حداقل یک بار تدوین نموده و با برنامه ریزی استراتژیک آشنایی دارند، داده های بیشتری در مورد متغیرهای مذکور این بازار (نمونه: شهر تهران) گردآوری شده است. سپس برای تحلیل داده های بدست آمده از نمونه ها، هم از روش های آمار توصیفی و هم از روش های آمار استنباطی استفاده شده است. در آمار استنباطی از تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل خوشه ای با استفاده از نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

بخش بندی بازار، سیستم اطلاعاتی استراتژیک، مدل لانه ای، برنامه ریزی استراتژیک، تحلیل خوشه ای.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915084>

