

مدیریت و تأثیر استراتژی کسب‌وکار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت (مطالعه موردی: مدیران فروشگاه‌های آنلاین) در استان هرمزگان شهرستان بندرعباس

راحله مظفری^۱

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه بین‌المللی جزیره کیش

چکیده

برای موفقیت در محیط‌های کسب‌وکار رقابتی امروزی، یک شرکت باید یک استراتژی کسب‌وکار روشن داشته باشد که توسط سایر استراتژی‌های سازمانی پشتیبانی شود. در حالی که مطالعات پیشین بیان می‌کنند که همسویی استراتژیک، عملکرد شرکت را بهبود می‌بخشد، با این حال به عوامل متعدد همسویی استراتژیک یا جهت‌گیری استراتژیک شرکت‌ها توجه کمی شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ روش توصیفی-پیمایشی می‌باشند. جامعه آماری این پژوهش مدیران فروشگاه‌های آنلاین می‌باشد. نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران جامعه نامحدود تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شد. همچنین نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده می‌باشد. برای اندازه‌گیری متغیرها از پرسشنامه استراتژی کسب و کار و پرسشنامه استاندارد و برای سنجش متغیر بازاریابی محصول از پرسشنامه استاندارد چیرانی، بجا‌رسری و علیزاده و از پرسشنامه استاندارد عملکرد شرکت برای سنجش عملکرد شرکت‌های آنلاین استفاده شد. نتایج نشان داد که فناوری اطلاعات؛ بازاریابی و استراتژی کسب‌وکار بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارند.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، بازاریابی، استراتژی کسب و کار، عملکرد شرکت