

## بررسی تأثیر همسو کردن استراتژی های کسب و کار ، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد شرکت

فرشید نیک فر<sup>۱</sup>، زینب رضایی<sup>۲</sup> و زهرا قهرمان بهار<sup>۳</sup><sup>۱</sup> دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی چشمه نوشان خراسان (عالیسی)، رییس مرکز ،

farshidnickfar@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی چشمه نوشان خراسان (عالیسی)، مدیر پژوهشی،

Rezaeizeynab91@gmail.com

<sup>۳</sup> دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی چشمه نوشان خراسان (عالیسی)، کارشناس آموزش،

Z.bahar64@yahoo.com

چکیده - امروزه، موفقیت هر کسب و کاری داشتن استراتژی کارا و موثر در فناوری اطلاعات است که از استراتژی و فرایندهای کسب و کار حمایت کند. یکی از پیچیده ترین فعالیتهای سازمانهای امروزی همسویی برنامه ها و استراتژی های فناوری اطلاعات با اهداف اصلی کسب و کار است. اتصال این دو دنیای متفاوت، ضرورت مدیریت حرفه ای و رهبری در هر دو زمینه را نشان میدهد. همسویی استراتژیک به عنوان یک پدیده حیاتی در بازار رقابتی امروزه مطرح بوده، و بر عملکرد سازمانها تأثیر بسزایی می گذارد. برای موفقیت در محیط های کسب و کار رقابتی امروزی ، یک شرکت باید یک استراتژی کسب و کار روشن داشته باشد که توسط سایر استراتژی های سازمانی پشتیبانی شود. این مطالعه مروری بر اساس نظریه احتمالی و نظریه پیکربندی ، به بررسی تأثیر عملکرد همسویی استراتژیک سه جانبه در بین استراتژی های کسب و کار ، IT و بازاریابی می پردازد و در عین حال جهت گیری استراتژیک شرکت ها را نیز در نظر می گیرد.

کلید واژه- همسو کردن استراتژی های کسب و کار، فناوری اطلاعات ، عملکرد

مقدمه

(عبدالرحمان<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). اولین شکاف تحقیق مربوط به عدم درک تراز سه جانبه در بین مشاغل ، فناوری اطلاعات (IT) و استراتژی های بازاریابی است. در حالی که استراتژی کسب و کار چگونگی هماهنگی فعالیت های سازمان را برای دستیابی به اهداف و اهداف کلی خود روشن می کند، استراتژی بازاریابی با شناسایی تهدیدات و فرصت های موجود در محیط، از استراتژی تجارت حمایت می کند تا سازمان را در بازار جایگاه خود را به بهترین شکل ممکن بگذارد. به عبارت دیگر، بازاریابی استراتژی روی راههایی متمرکز است که بنگاه می تواند خود را به طور مؤثر از رقبای خود متمایز کند و از نقاط قوت متمایز خود برای ارائه ارزش بهتر به مشتریان خود در یک محیط معین استفاده می کند در عین حال، فناوری اطلاعات به طور فزاینده به بخش مهمی از

سالها است که دانشمندان مدیریت استراتژیک بر اهمیت هماهنگی استراتژی های سازمانی با استراتژی کلی تجارت تأکید کرده اند از آنجا که چنین تراز استراتژیک منجر به هماهنگی و تمرکز بیشتر می شود. دستیابی به اهداف سازمانی، که به نوبه خود عملکرد شرکت را بهبود می بخشد. در حالی که تحقیقات قبلی نشان می دهد که تراز استراتژیک به طور کلی عملکرد شرکت را ارتقا می بخشد، "همچنین یکی از دشوارترین چالش های پیش روی مدیران" است و محققان اطلاعات کمی در مورد چگونگی ساماندهی استراتژیک برای بهبود عملکرد شرکت می دانند. بنابراین، این مطالعه با هدف توسعه درک ما از تراز استراتژیک با پرداختن به دو شکاف تحقیق زیر انجام شده است

<sup>۱</sup> Abdulrahman