

بررسی رابطه بین فناوری اطلاعات با کسب مزیت رقابتی در صنایع چوب و کاغذ استان مازندران

محمد جواد طالبی آزادبنی^۱ و مهرداد متانی^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

^۲ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

چکیده

سازمان‌ها همواره به دنبال کسب برتری در بازارهای سنتی (غیر اینترنتی) از طریق سخت‌کوشی و تکیه بر منابع و قابلیت‌های موجود و در بازارهای مدرن و اینترنتی با تکیه بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده‌اند. بنگاه‌ها در بازارهای الکترونیکی مزیت رقابتی خود را بر پایه شایستگی‌های اطلاعاتی و ارتباطی تعیین می‌کنند. چنانچه بنگاه‌ها از شایستگی‌های اطلاعاتی و ارتباطی بالایی برخوردار باشند، به نوعی از شایستگی استراتژیک برخوردارند و چنانچه این شایستگی‌ها کم باشند، شایستگی بنگاه‌ها عملیاتی محسوب می‌شود. بر این اساس می‌توان شایستگی‌هایی که تعیین‌کننده مزیت رقابتی در بنگاه می‌شوند را در قالب قابلیت بازار یابی، توانمندی داخلی، انتخاب استراتژی برخورد، با تغییرات محیط خارجی، نوآوری، جذب منابع انسانی کارآمد، سرعت اتخاذ تصمیم و کیفیت محصولات در نظر گرفت. این مقاله درصدد بررسی رابطه بین فناوری اطلاعات با کسب مزیت رقابتی در صنایع چوب و کاغذ استان مازندران است. داده‌های تحقیق حاضر از یک نمونه ۷۶ نفری از کارکنان صنایع چوب و کاغذ استان مازندران با استفاده از دو پرسشنامه فناوری اطلاعات و کسب مزیت رقابتی گردآوری شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف (KS) و همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد که، در شرکت صنایع چوب و کاغذ استان مازندران بین فناوری اطلاعات و کسب مزیت رقابتی رابطه وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: IT، مزیت رقابتی، بازاریابی، توانمندی داخلی، نوآوری