

بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی بر فناوری اطلاعات و رقابت پذیری سازمان
(مورد مطالعه: صنعت خودروسازی)

حمیدرضا الیکائی نژاد

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه تهران مرکز elikaeinejad@gmail.com

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیر نقش مسئولیت اجتماعی بر فناوری اطلاعات و رقابت پذیری سازمان ها در صنعت خودروسازی میباشد. در این صورت سازمانها می توانند با عنایت به ترکیب این عوامل سطح رقابت پذیری سازمان خود را افزایش داده و یا آن را مدیریت نمایند. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۴۶ نفر از خبرگان حوزه پژوهش بود که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۵۹ نفر تعیین شد. برای جمع آوری اطلاعات مربوط به ادبیات و مبانی نظری و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه ای و به منظور جمع آوری اطلاعات و سنجش متغیرهای تحقیق، در این پژوهش روش های میدانی و ابزار پرسشنامه که بر مبنای مقیاس لیکرت طراحی شده بود، استفاده گردید. جهت بررسی روایی پرسشنامه از اعتبار محتوا و تحلیل عاملی بهره برده شد و برای بررسی پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ و همچنین، روش پایایی ترکیبی نیز استفاده گردید. که مقادیر بیش از ۰/۷ برای اعتبار ترکیبی و آلفای کرونباخ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از محیط پژوهش از تکنیک معادلات ساختاری استفاده می گردد که آزمون های آماری در این پژوهش از طریق نرم افزار SmartPLS صورت می گرفت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان دادند که مسئولیت اجتماعی بر رقابت پذیری تاثیر معنی داری ندارد همچنین بعد اختیاری از ابعاد مسئولیت پذیری اجتماعی نیز تاثیر معنی داری بر رقابت پذیری ندارد و سایر فرضیات پژوهش مورد تایید قرار گرفتند.

کلید واژه : مسئولیت پذیری اجتماعی، فناوری اطلاعات، رقابت پذیری، صنعت خودرو سازی، مدلسازی معادلات ساختاری.