

بررسی تأثیر فناوری رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن قابلیت دانش فنی و متغیر میانجی قابلیت نوآوری در شرکت اینترنتی چیلیوری

طناز هاشمی صومعه^۱، محمود باغبان طرقدری^۲ و یاور صفایی مهربانی^۳

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، گرایش سیستم‌های اطلاعاتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین پیشوا

۲ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین پیشوا، (نویسنده مسئول مکاتبات: mahmood_baghban@yahoo.com) -استاد یار

۳ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال -استادیار پایه یک

چکیده

همزمان با فراگیر شدن خدمات شبکه‌های مجازی، استفاده از فناوری‌های رسانه اجتماعی برای شرکت‌ها به عنوان ابزاری جذاب برای افزایش اثربخشی و کارایی و عملکرد آن‌ها تبدیل شده است. برای استفاده از این ابزار، باید متغیرهای موثر در این رابطه را درک نمود، تا بتوان اثربخشی و عملکرد سازمانی در این شبکه‌ها را بالا برد. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر فناوری رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن قابلیت دانش فنی و متغیر میانجی قابلیت نوآوری در شرکت اینترنتی چیلیوری است. محقق در این بررسی مدلی ساختاری برای تأثیر متغیرهای فناوری رسانه‌های اجتماعی و قابلیت دانش فنی بر عملکرد سازمانی را با در نظر گرفتن نقش میانجی قابلیت نوآوری را ارائه داده‌اند. این پژوهش از دید هدف، کاربردی، از دیدگاه نوع داده‌ها، کمی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی است که نتایج حاصله بر اساس پرسشنامه استاندارد که در اختیار ۱۱۰ کارمند شرکت اینترنتی چیلیوری قرار گرفت، تحلیل شده و تفسیر بر روی این داده‌ها انجام گرفت. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس استفاده شد. به منظور بررسی ارتباط بین مفاهیم مورد مطالعه و ابعاد آنها، از تحلیل عاملی تأییدی و برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، از رگرسیون و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج بررسی مدل ارائه شده را تایید نموده و تمام فرضیه‌های تحقیق تأیید شدند. در ادامه به ارائه پیشنهادات پرداخته شد.

واژه‌های کلیدی: فناوری رسانه‌های اجتماعی، عملکرد سازمانی، قابلیت دانش فنی، قابلیت نوآوری