

شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش تجزیه و تحلیل داده های بزرگ در شرکت ها

پریا قاسمی^۱

^۱ فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، بندرعباس، هرمزگان، ایران
pariaforotan2021@yahoo.com

چکیده - با دو برابر شدن مقدار کل داده ها در هر دو سال، قیمت پایین محاسبات و ذخیره سازی داده ها، از تجزیه و تحلیل داده های بزرگ به عنوان ابزاری برای کسب مزیت رقابتی برای شرکت ها استفاده می شود. با توجه به در دسترس بودن نرم افزار رایگان، چرا برخی از شرکت ها در اتخاذ این تکنیک ها شکست خورده اند؟ برای پاسخ به این سوال، نظریه یکپارچه پذیرش فناوری و استفاده از مدل فناوری را که برای زمینه تجزیه و تحلیل داده های بزرگ تطبیق داده شده است، گسترش می دهیم و دو متغیر را اضافه می کنیم: مقاومت در برابر استفاده و ریسک درک شده. ما از سطح اجرای این تکنیک ها برای تقسیم شرکت ها به کاربران و غیر استفاده کنندگان تجزیه و تحلیل داده های بزرگ استفاده کردیم. مدل های ساختاری با حداقل مربعات جزئی ارزیابی شدند. نتایج نشان می دهد که اهمیت زیرساخت خوب فراتر از مشکلاتی است که شرکت ها در اجرای آن با آن مواجه هستند. در حالیکه شرکت هایی که قصد استفاده از داده های بزرگ را دارند انتظار نتایج قوی دارند، کاربران فعلی نسبت به عملکرد آن تردید بیشتری دارند.

کلید واژه - داده های بزرگ، نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری، مقاومت در برابر استفاده، ریسک درک شده.

اشیا، شبکه های اجتماعی، پوشیدنی ها و غیره را پوشش می دهد. شرکت هایی که می توانند این داده ها را به اطلاعات بلادرنگ درباره مشتریان خود تبدیل کنند، مزیت رقابتی قابل توجهی را به دست می آورند (Sivarajah, Kamal, Irani & Weerakkody, 2016).

۱- مقدمه

در حال حاضر، جامعه داده های مربوط به فعالیت های ما را با نرخ رشد تصاعدی ارائه می کند. این داده ها، برای مثال، تلفن های همراه و موقعیت مکانی آن ها، هرگونه تراکنش آنلاین، اینترنت