

عنوان مقاله:

تاثیر استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی بر چابکی کارکنان صنعت بیمه

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

پریسا عسکری راد - کارشناسی ارشد مدیریت MBA، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

صمد رحیمی اقدم - استادیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی اثر استفاده از رسانه های اجتماعی سازمان بر چابکی کارکنان در شرکت های بیمه ایران شهر تبریز است. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه انجام پژوهش جزء پژوهش های توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری تحقیق کارکنان شعب و نمایندگی های بیمه ایران در شهر تبریز است که تعداد ۲۳۱ نفر از طریق محاسبه فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه گیری تصادفی دسترس است. با استفاده از پرسشنامه، داده های مورد نیاز، جمعآوری شده است که جهت اعتبار پرسشنامه ها از روایی سازه (تحلیل عاملی تاییدی) استفاده شد، آنگاه پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضرایب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده ها با مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) و با استفاده از نرم افزارهای Spss و Amos انجام شد. نتایج نشان داد که رسانه اجتماعی سازمانی بر چابکی نیروی کار و همچنین بر ابعاد چابکی (کنش گرایی، سازگاری، انعطاف پذیری) تاثیر مثبت و معناداری دارد. از این رو فرضیه های تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ پذیرفته شدند.

کلمات کلیدی:

صنعت بیمه؛ رسانه های اجتماعی سازمان؛ چابکی کارکنان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244607>

