

عنوان مقاله:

بررسی میزان تاثیر بکارگیری رسانه های اجتماعی بر عملکرد شرکت در صنعت ساختمان

محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 82 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

شهاب حفیظ - دانشجوی دکتری رشته آینده پژوهی، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه ایوانکی سمنان، ایران

محمدرضا پارسانژاد - استادیار گروه مهندسی پیشرفت، دانشکده مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف مدل سازی تاثیر بکارگیری شبکه های اجتماعی بر عملکرد شرکت در صنعت ساختمان صورت گرفته است. روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات، توصیفی است. همچنین براساس اطلاعات گردآوریشده از شرکت های فعال در صنعت ساختمان مستقر در ایران میزان تاثیر شبکه های اجتماعی بر عملکرد کسب و کار را می سنجد. از این رو، نظرات ۶۷ نفر از افراد فعال در صنعت ساختمان که به صورت تصادفی انتخاب شده اند، در قالب پرسش نامه گردآوریشد. با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری نیز، ارتباط میان شبکه های اجتماعی با عملکرد کسب و کار استخراج شد. به طور خلاصه بر اساس نتایج به دست آمده، رابطه معناداری میان استفاده از شبکه های اجتماعی با عملکرد کسب و کار وجود دارد آگاه سازی به عنوان مهم ترین عامل استفاده از شبکه های اجتماعی شناسایی شد و پس از آن به ترتیب مدیریت ارتباط با مشتری، اشتراک گذاری تجارب و تامین مصرف کنندگان در رتبه های بعدی اهمیت قرار گرفتند و اما عامل تحقیقات بازار در تحلیلمعادلات ساختاری این پژوهش حذف گردید. در میان سنجه های عملکرد شرکت، مهمترین سنجه برای بررسی عملکرد شرکت، سود شرکت بوده است.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، عملکرد شرکت، سهم بازار، سود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1546010>

