

The Role of Social Networks in the Relationship Between Professional Competencies and Financial Effectiveness of Companies

Mojtaba Heidari ^{*1}, Nahid Hayyak²

Received Date: 2025/01/13, Accepted Date: 2025/03/09, Published online: 2025/12/22

Abstract

The aim of this study is to investigate the mediating role of social networks in the relationship between employees' professional competencies and financial effectiveness of companies located in Urmia Industrial Park. This applied research was conducted using a descriptive-correlation method and was implemented as a survey. The statistical population consisted of senior and middle managers, as well as employees of the financial departments of these companies, totaling 198 individuals. The sample size was determined using the Morgan table, and 131 individuals were selected through simple random sampling. In this study, three standard questionnaires were used to measure financial effectiveness, employees' professional competencies, and tendency to social networks. The content validity of the questionnaires was verified by experts and their reliability was calculated using Cronbach's alpha as 0.847, 0.915, and 0.883, respectively. Data analysis was performed using SPSS and AMOS software and Pearson correlation tests and structural equations. The results showed that at a significance level of 99%, there is a significant relationship between professional competencies, social networking orientation, and financial effectiveness. Also, the results of the path analysis showed that social networks play a mediating role in the relationship between employees' professional competencies and companies' financial effectiveness.

Keywords: Professional competencies of employees, tendency towards social networks, financial effectiveness, Urmia Industrial Park.



Publisher's Note: JPSM stays neutral with regard to jurisdictional claims in published material and institutional affiliations.

Copyright: Authors retain the copyright and full publishing rights

Published by Islamic Azad University
of Bandar Anzali. This article is an open
access article licensed under the
Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

¹. Assistant Professor, Department of Management, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran. (Corresponding Author) E-mail: mojtaba.heydari@yahoo.com

². PhD Student, Department of Management, Urmia Branch, Islamic Azad University, Urmia, Iran.

نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتباط بین شایستگی‌های حرفه‌ای و اثربخشی مالی شرکت‌ها

مجتبی حیدری^۱، ناهید حیاک^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۹ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۱۰

چکیده

هدف این مطالعه، بررسی نقش میانجی شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی ارومیه بود. این پژوهش از نوع کاربردی و به روش توصیفی-همبستگی انجام شده و به صورت پیمایشی پیاده‌سازی گردیده است. جامعه آماری شامل مدیران ارشد، میانی و کارکنان بخش مالی این شرکت‌ها به تعداد ۱۹۸ نفر بوده که برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده و تعداد ۱۳۱ نفر به صورت تصادفی ساده تعیین شدند. در این مطالعه از سه پرسشنامه استاندارد برای سنجش اثربخشی مالی، شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و گرایش به شبکه‌های اجتماعی استفاده شده است. روایی محتوایی پرسشنامه‌ها توسط متخصصان تأیید و پایایی آن‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۴۷، ۰/۹۱۵ و ۰/۸۸۳ محاسبه شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS و آزمون‌های همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری انجام گرفت. نتایج نشان داد که در سطح معناداری ۹۹ درصد، بین شایستگی‌های حرفه‌ای، گرایش به شبکه‌های اجتماعی و اثربخشی مالی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که شبکه‌های اجتماعی نقش میانجی در ارتباط بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌ها دارند.

واژگان کلیدی: شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان، گرایش به شبکه‌های اجتماعی، اثربخشی مالی، شهرک صنعتی ارومیه.

^۱ استادیار گروه مدیریت، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران. (نویسنده مسئول) ایمیل: mojtaba.heydari@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکتری رشته مدیریت، واحد ارومیه، دانشگاه آزاد اسلامی، ارومیه، ایران

مقدمه

تحولات اخیر در عرصه اقتصادی و فناوری، فشارهای فزاینده‌ای را بر سازمان‌ها و کسب‌وکارها تحمیل کرده است. افزایش رقابت، تغییرات سریع در محیط‌های کسب‌وکار، پیشرفت‌های فناورانه و تغییر انتظارات مشتریان، موجب شده است تا سازمان‌ها بیش از پیش به دنبال راهکارهایی برای حفظ بقا، توسعه و افزایش اثربخشی مالی خود باشند. در این میان، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از ارکان حیاتی اقتصاد، نقش مهمی در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و نوآوری دارند، اما همواره با چالش‌هایی نظیر محدودیت منابع، دسترسی ناکافی به سرمایه و نوسانات بازار مواجه‌اند. یکی از مؤلفه‌های کلیدی که می‌تواند عملکرد مالی این شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد، اثربخشی مالی است. سین کوآن^۱ و همکاران (۲۰۱۹) اثربخشی سازمانی را مفهومی پیچیده و چندوجهی تعریف می‌کنند که از یک سو ابزاری قدرتمند برای سنجش میزان کارایی سازمان است و از سوی دیگر، به دلیل تفاسیر متفاوت، گاه به مفهومی چالش‌برانگیز تبدیل می‌شود. در اولین تعاریف مطرح‌شده در این حوزه، اثربخشی به‌عنوان میزان تحقق اهداف سازمانی توصیف شده است (لاجوردی، ۱۳۹۵). اثربخشی مالی نیز به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های اثربخشی سازمانی، نشان‌دهنده موفقیت شرکت در مدیریت منابع مالی، دستیابی به سودآوری پایدار و بهینه‌سازی هزینه‌هاست که می‌تواند عملکرد کلی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد (روح‌الهی، ۱۳۹۶).

در این راستا، شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان از جمله عواملی است که می‌تواند بر اثربخشی مالی شرکت‌ها تأثیر بسزایی بگذارد. در دنیای امروز که تغییرات سریع فناوری و نیازهای متنوع بازار، الزامات جدیدی را برای سازمان‌ها ایجاد کرده است، توانمندی نیروی انسانی و توسعه مهارت‌های حرفه‌ای آنان، از مؤلفه‌های اساسی موفقیت سازمانی محسوب می‌شود. شایستگی حرفه‌ای کارکنان نه‌تنها موجب افزایش کیفیت عملکرد فردی و تیمی می‌شود، بلکه تأثیر مستقیمی بر نوآوری، انعطاف‌پذیری سازمانی و بهره‌وری مالی دارد (دودین^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری بیشتری بر توسعه شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان خود انجام می‌دهند، در مقایسه با سایر شرکت‌ها، از مزیت رقابتی بهتری برخوردارند و بازدهی مالی بالاتری دارند (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۷). مطالعه‌ای توسط تقی‌خانی و پورکریمی (۱۳۹۸) نیز نشان داد که شایستگی‌های حرفه‌ای مدیران نه‌تنها موجب بهبود عملکرد کارکنان می‌شود، بلکه به‌طور مستقیم در افزایش بهره‌وری و اثربخشی سازمانی نقش دارد.

با این حال، آنچه در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر فضای کسب‌وکارها مطرح شده، نفوذ گسترده فناوری و رشد تصاعدی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های سازمانی است. پیشرفت فناوری اطلاعات و دیجیتالی‌شدن کسب‌وکارها باعث شده است تا سازمان‌ها به دنبال بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای بهبود ارتباطات، افزایش بهره‌وری و تقویت عملکرد مالی خود باشند. مطالعات نشان داده‌اند که استفاده استراتژیک از شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در شرکت‌های کوچک و متوسط، می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های ارتباطات، بهبود مدیریت مشتریان و توسعه بازار شود (کاپلان و هانلین^۳، ۲۰۱۹). علاوه بر این، گرایش

¹ Sin Quan² Dudin³ Kaplan & Haenlein

کارکنان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی نه تنها می‌تواند بر کیفیت همکاری‌های درون سازمانی تأثیر بگذارد، بلکه به عنوان یک ابزار تسهیل کننده برای انتقال دانش و بهبود مهارت‌های حرفه‌ای نیز عمل می‌کند.

بررسی‌های میدانی در جامعه آماری این پژوهش نشان داد که متأسفانه در سال‌های اخیر، تعداد قابل توجهی از شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی ارومیه از ادامه فعالیت بازمانده‌اند. شواهد نشان می‌دهد که یکی از دلایل اصلی تعطیلی این شرکت‌ها، عدم اثربخشی مالی و عملکرد ضعیف اقتصادی بوده است. با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر درصدد است تا ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر اثربخشی مالی شرکت‌ها، نقش شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان را در این زمینه بررسی کند. علاوه بر این، با توجه به گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی، این پژوهش به بررسی نقش واسطه‌ای گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی در رابطه میان شایستگی حرفه‌ای و اثربخشی مالی شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی ارومیه می‌پردازد. شکاف مطالعاتی این تحقیق در این است که اگرچه پژوهش‌های متعددی به تأثیر شایستگی‌های حرفه‌ای بر عملکرد سازمانی پرداخته‌اند، اما مطالعات اندکی به بررسی نقش واسطه‌ای شبکه‌های اجتماعی در این رابطه پرداخته‌اند. از این رو، این مطالعه می‌تواند با ارائه یک مدل نظری منسجم، به غنای ادبیات علمی در این حوزه کمک کرده و راهکارهای کاربردی برای بهبود عملکرد مالی شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه دهد.

نوآوری این پژوهش از سه منظر موضوعی، روش‌شناختی و جامعه آماری قابل توجه است. از نظر موضوعی، این تحقیق به بررسی هم‌زمان سه متغیر کلیدی شامل شایستگی‌های حرفه‌ای، اثربخشی مالی و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی پرداخته و نقش واسطه‌ای این گرایش را در رابطه میان دو متغیر نخست تحلیل می‌کند. از نظر روش‌شناختی، پژوهش حاضر از روش‌های تحلیل پیشرفته داده‌ها برای مدل‌سازی روابط میان متغیرها بهره می‌برد. از منظر جامعه آماری نیز تمرکز بر شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی ارومیه، به عنوان یکی از مناطق صنعتی مهم کشور، موجب می‌شود که نتایج این پژوهش علاوه بر غنای علمی، از کاربردی مدیریتی نیز برخوردار باشد و بتواند به سیاست‌گذاران و مدیران در تدوین راهبردهای مناسب برای بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها کمک کند. بنابراین سوال اصلی پژوهش حاضر به شکل ذیل مطرح می‌شود:

تأثیر گرایش به شبکه‌های اجتماعی بر رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه چگونه است؟

مبانی نظری

شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان به عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها، شامل مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که فرد را قادر می‌سازد تا وظایف شغلی خود را با بالاترین سطح کارایی انجام دهد. سازمان‌های امروزی به دلیل تغییرات سریع فناوری و پیچیدگی‌های مدیریتی، نیازمند کارکنانی با شایستگی‌های حرفه‌ای بالا هستند که توانایی سازگاری با تحولات محیطی را داشته باشند (جین، ۲۰۱۳).

شایستگی‌های حرفه‌ای شامل مهارت‌های فنی، شناختی، بین فردی و ویژگی‌های شخصیتی است که همگی در بهبود عملکرد سازمانی نقش دارند. به طور خاص، شایستگی‌های حرفه‌ای در سه سطح تعریف می‌شوند: رویکرد مبتنی بر شغل، رویکرد مبتنی بر فرد و رویکرد مبتنی بر سازمان. در رویکرد مبتنی بر شغل، شایستگی‌ها به مهارت‌های فنی

¹ Jeanne

مورد نیاز برای انجام یک وظیفه خاص اشاره دارند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۳)، درحالی که رویکرد مبتنی بر فرد، ویژگی‌های شناختی و بین‌فردی افراد را مورد توجه قرار می‌دهد (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۷). در نهایت، رویکرد مبتنی بر سازمان به این نکته اشاره دارد که شایستگی‌های حرفه‌ای نه تنها در سطح فردی بلکه در عملکرد کلی سازمان نیز تأثیرگذار است (دودین و همکاران، ۲۰۱۷). از دیدگاه نظریه پردازان مدیریت، توسعه شایستگی‌های حرفه‌ای در میان کارکنان، علاوه بر افزایش بهره‌وری و اثربخشی، موجب ایجاد تعهد سازمانی و بهبود کیفیت تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سازمانی می‌شود (تقی‌خانی و پورکریمی، ۱۳۹۸). این موضوع به‌ویژه در سازمان‌هایی که با عدم قطعیت محیطی مواجه هستند، از اهمیت بیشتری برخوردار است، زیرا کارکنانی که از سطح بالایی از شایستگی‌های حرفه‌ای برخوردارند، می‌توانند راهکارهای خلاقانه‌ای برای چالش‌های پیش‌رو ارائه دهند (لاجوردی، ۱۳۹۵).

اثربخشی مالی، یکی از شاخص‌های کلیدی موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود و نشان‌دهنده میزان تحقق اهداف مالی و عملکرد اقتصادی یک سازمان است. این مفهوم نخستین بار توسط دراگر در دهه ۱۹۵۰ مطرح شد و به تدریج در حوزه‌های مختلف مدیریت و اقتصاد سازمانی توسعه یافت (گرجستان^۱، ۲۰۱۸). اثربخشی مالی شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌های برنامه‌ریزی، بودجه‌بندی، کنترل و ارزیابی است که به مدیران کمک می‌کند تا تصمیم‌گیری‌های بهتری در راستای افزایش بازدهی اقتصادی سازمان داشته باشند (روح‌الهی، ۱۳۹۶). برخی از پژوهشگران بر این باورند که اثربخشی مالی، علاوه بر عوامل درونی سازمان، تحت تأثیر متغیرهای خارجی مانند شرایط اقتصادی، رقابت در بازار و تحولات فناورانه نیز قرار دارد (اسمیت و ولر^۲، ۲۰۱۲). از سوی دیگر، برخی از مطالعات نشان داده‌اند که اثربخشی مالی، رابطه مستقیمی با شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان دارد، به‌گونه‌ای که سازمان‌هایی که بر توسعه مهارت‌ها و دانش کارکنان خود تمرکز دارند، در بلندمدت به عملکرد مالی بهتری دست می‌یابند (دودین و همکاران، ۲۰۱۷). این امر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه منابع انسانی می‌تواند به بهبود شاخص‌های مالی یک شرکت کمک کند (رابینز، ۱۴۰۱).

همچنین، برخی مطالعات جدیدتر به این نتیجه رسیده‌اند که اثربخشی مالی نه تنها تحت تأثیر مدیریت منابع انسانی و مهارت‌های کارکنان است، بلکه از طریق فناوری‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای دیجیتال نیز می‌تواند بهبود یابد (بهرنگی و طباطبایی، ۱۳۹۸). بنابراین، در دنیای کسب‌وکار امروزی، ترکیب مؤثر استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی و استفاده از فناوری‌های ارتباطی، می‌تواند به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده در اثربخشی مالی سازمان‌ها عمل کند (منگول و فولدس^۳، ۲۰۲۳).

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی و مدیریتی در سازمان‌ها مطرح شده‌اند و تأثیر چشمگیری بر روند تصمیم‌گیری، بازاریابی و حتی مدیریت منابع انسانی داشته‌اند (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۴۰۱). این شبکه‌ها، که شامل پلتفرم‌هایی مانند لینکدین، توییتر، اینستاگرام و تلگرام هستند، به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا با مشتریان، شرکا و حتی کارکنان خود تعامل مؤثرتری داشته باشند (کر و همکاران^۴، ۲۰۱۳). شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان نوعی از رسانه‌های اجتماعی، امکان برقراری ارتباطات گسترده، اشتراک‌گذاری

^۱ Gorjestan

^۲ Smith & Wheeler

^۳ Mongol & Folds

^۴ Ker

اطلاعات و تحلیل داده‌های مشتریان را برای سازمان‌ها فراهم می‌کنند (بوید و الیسون^۱، ۲۰۱۷). علاوه بر این، تحقیقات نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در توسعه شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان داشته باشند، زیرا امکان یادگیری، تبادل اطلاعات و به‌روزرسانی دانش را در محیط‌های کاری فراهم می‌کنند (حبیبی، ۱۳۹۰).

امروزه، بسیاری از سازمان‌ها از این پلتفرم‌ها برای آموزش کارکنان، توسعه ارتباطات حرفه‌ای و حتی بهبود استراتژی‌های بازاریابی استفاده می‌کنند (کاپلان و هینلین، ۲۰۱۹). از سوی دیگر، برخی مطالعات به تأثیر مستقیم شبکه‌های اجتماعی بر اثربخشی مالی شرکت‌ها اشاره کرده‌اند. به‌عنوان مثال، شرکت‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و ارتباط با مشتریان بهره می‌گیرند، معمولاً از نرخ بازگشت سرمایه (ROI) بالاتری برخوردارند و در رقابت‌های بازار عملکرد بهتری از خود نشان می‌دهند (منگول و فولدس، ۲۰۲۳). در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزاری برای تعاملات فردی و اجتماعی هستند، بلکه به‌عنوان یک ابزار استراتژیک در سازمان‌ها به کار گرفته می‌شوند و می‌توانند به‌طور غیرمستقیم بر شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی سازمان تأثیر بگذارند (کر و همکاران، ۲۰۱۳).

پیشینه

با بررسی‌های انجام شده، مطالعه‌ای کاملاً منطبق با موضوع انجام نشده و لذا در این بخش به برخی از مطالعات نزدیک با موضوع اشاره می‌شود.

سلمان^۲ و همکاران (۲۰۲۴)، در مطالعه‌ای اقدام به بررسی شایستگی‌های کارکنان به عنوان پیش‌بینی‌کننده عملکرد سازمانی (مطالعه موردی بانک‌های بخش دولتی و خصوصی هند) نموده‌اند. نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار شایستگی‌های کارکنان منتخب بر عملکرد سازمانی می‌باشد.

دودین^۳ و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای اقدام به بررسی بهبود شایستگی حرفه‌ای کارکنان به عنوان یک عامل استراتژیک برای توسعه پایدار شرکت‌ها در روسیه نموده‌اند. نتایج این مطالعه نشان داده است که بهبود شایستگی حرفه‌ای کارکنان موجبات افزایش بهره‌وری و اثربخشی شرکت‌ها گردیده و عاملی استراتژیک برای توسعه پایدار شرکت‌ها محسوب می‌گردد.

ژانگ^۴ (۲۰۱۷)، در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر شایستگی‌های فناورانه و علمی کارکنان بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در شهر یوهان چین پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داده است که شایستگی‌های فناورانه و علمی کارکنان بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبت و قابل‌توجهی داشته‌اند.

محمودی (۱۴۰۳) در تحقیقی تحت عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط، به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخت. این پژوهش از روش همبستگی و مدل‌سازی معادلات ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده کرد. نتایج تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم باعث تقویت

^۱Boyd & Ellison

^۲ Salman

^۳ Dudin

^۴Zhang

شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان می‌شود. همچنین این پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک ابزار مؤثر می‌توانند فرآیند یادگیری و نوآوری را تسهیل کرده و مهارت‌های تخصصی و عمومی کارکنان را ارتقاء دهند. این مطالعه بر اهمیت بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری جهت ارتقاء شایستگی‌های حرفه‌ای و بهبود توانمندی‌های کارکنان در دنیای امروز تأکید دارد.

عسگر تژاد نوری و همکاران (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان نقش بکارگیری شبکه‌های اجتماعی و مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان در بهبود عملکرد بازاریابی شرکت‌های بیمه T انجام دادند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که بکارگیری شبکه‌های اجتماعی و موفقیت در پیاده‌سازی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان بر عملکرد بازاریابی شرکت‌های بیمه تأثیر مثبت دارد. همچنین بکارگیری شبکه‌های اجتماعی در موفقیت پیاده‌سازی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان تأثیر مثبت دارد. موفقیت در پیاده‌سازی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان نیز از نقش واسطه‌ای در ارتباط بین بکارگیری شبکه‌های اجتماعی و عملکرد بازاریابی شرکت‌های بیمه برخوردار بوده است.

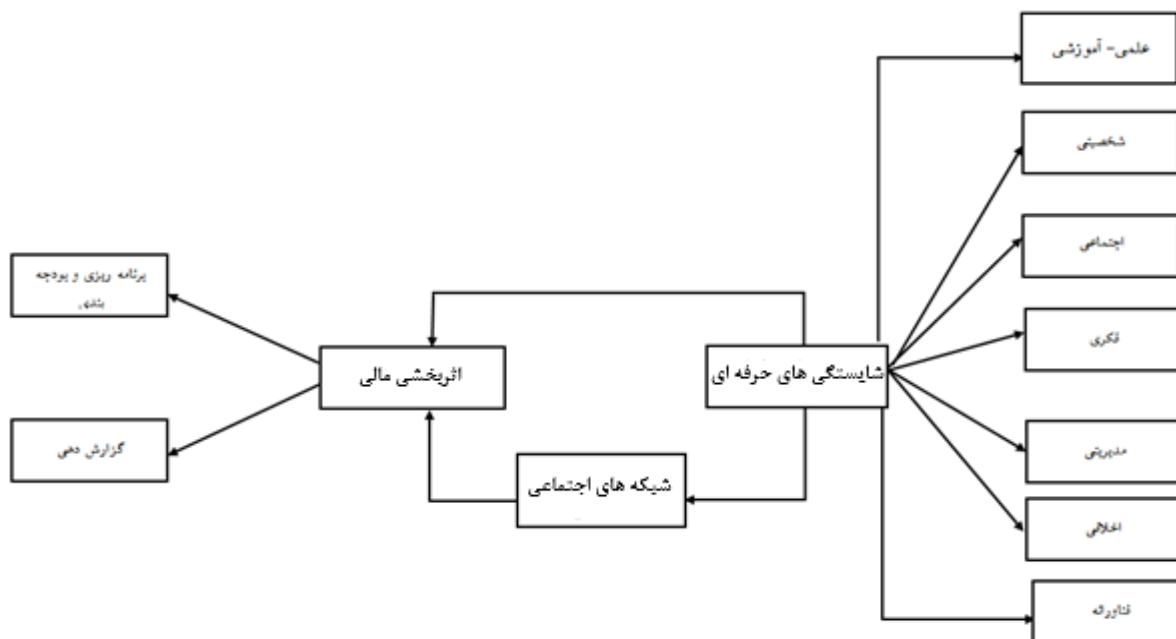
تقی‌خانی و پورکریمی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای مدیران و اثربخشی سازمانی (مورد دانشگاه تهران) پرداختند. نتایج کلی نشان می‌دهد که بین اثربخشی سازمانی و مؤلفه‌های: مهارت‌های ارتباطی، تصمیم‌گیری، تشویق و نوآوری و تغییر، ارتباطات کاری، مهارت‌های رهبری، مهارت‌های حرفه‌ای، استفاده از قابلیت‌های مثبت دیگران و توسعه فعالیت‌های تیمی رابطه وجود دارد.

علیپور و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری (مورد مطالعه: کسب و کارهای موجود در صنف آرایشی و بهداشتی استان قزوین) پرداختند. نتایج نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر مستقیم و معناداری بر مدیریت ارتباط با مشتری دارد.

مدل مفهومی پژوهش

در این مطالعه اثربخشی مالی به عنوان متغیر وابسته انتخاب و جهت سنجش آن از ۲ بعد برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی و گزارش‌دهی استفاده شده است. گرایش به شبکه‌های اجتماعی به عنوان متغیر واسطه‌ای انتخاب گردید. شایستگی حرفه‌ای کارکنان به عنوان متغیر مستقل انتخاب و جهت اندازه‌گیری آن از ۷ بعد علمی-آموزشی، شخصیتی، اجتماعی، فکری، مدیریتی، اخلاقی و فناورانه استفاده گردیده است. با توجه به مبانی نظری و مطالعات داخلی و خارجی (گونزالس^۱ و همکاران، ۲۰۲۳؛ موسوی و ابادری، ۱۳۹۶؛ خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳ و...)، مدل مفهومی این پژوهش به شکل ذیل می‌باشد:

^۱ Gonzales, Gasco & Llopis



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: یافته های پژوهشگر).

روش پژوهش

در این پژوهش، هدف بررسی رابطه بین متغیرهای مختلف و تغییرات آن‌ها در شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه با استفاده از روش توصیفی-همبستگی و پیمایشی بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع داده‌ها کمی است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و پژوهش میدانی استفاده شد. در بخش پژوهش میدانی، سه پرسشنامه استاندارد در زمینه اثربخشی مالی، شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و گرایش به شبکه‌های اجتماعی به کار گرفته شد. جامعه آماری شامل مدیران ارشد، میانی و کارکنان بخش مالی این شرکت‌ها به تعداد ۱۹۸ نفر بود که تعداد نمونه با استفاده از جدول مورگان ۱۳۱ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. برای تعیین روایی ابزارها، اعتبار محتوای پرسشنامه‌ها توسط متخصصان تأیید گردید و پایایی ابزارها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شد که نتایج آن برای پرسشنامه اثربخشی مالی ۰/۸۴۷، شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان ۰/۹۱۵ و گرایش به شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۸۳ بود که نشان‌دهنده پایایی بالا است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS صورت گرفت. ابتدا داده‌ها با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون تحلیل شدند و سپس برای بررسی روابط پیچیده‌تر بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. این روش به پژوهشگر این امکان را داد تا ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها را بررسی و تحلیل کند. با توجه به اینکه پژوهش به صورت کمی انجام شده است، داده‌ها به صورت عددی از طریق ابزارهای استاندارد جمع‌آوری و سپس پردازش شدند.

یافته‌های پژوهش

قبل از بررسی فرضیه‌های پژوهش، فرضیه نرمال بودن متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف مورد آزمون قرار گرفت. نتایج این تحلیل در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف به منظور بررسی نرمال بودن متغیرها

متغیر	آماره	درجه آزادی	معناداری
شایستگی‌های حرفه‌ای	۰/۰۴۸	۱۳۰	۰/۱۲۱
گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی	۰/۰۷۲	۱۳۰	۰/۰۹۴
اثربخشی مالی	۰/۰۵۵	۱۳۰	۰/۱۰۴

جدول ۱ آزمون کولموگروف-اسمیرنوف را برای بررسی نرمال بودن متغیرها برای شایستگی حرفه‌ای، گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی و عملکرد مالی نشان می‌دهد. همانطور که می‌بینید، مقدار آمار کولموگروف-اسمیرنوف برای هر سه متغیر از نظر آماری بی‌معنا بود ($P > 0.05$). بنابراین می‌توان گفت که فرض نرمال بودن متغیرهای پژوهش برآورده شده است.

فرضیه فرعی اول: بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج مربوط به این تحلیل در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای با اثربخشی مالی

متغیر	شایستگی‌های حرفه‌ای	علمی-آموزشی	شخصیتی	اجتماعی	فکری	مدیریتی	اخلاقی	فناورانه	اثربخشی مالی
شایستگی‌های حرفه‌ای	۱								
علمی-آموزشی	۰/۵۱**	۱							
شخصیتی	۰/۴۲**	۰/۳۰**	۱						
اجتماعی	۰/۴۷**	۰/۴۱**	۰/۷۰**	۱					
فکری	۰/۴۳**	۰/۲۹**	۰/۱۷	۰/۲۶*	۱				
مدیریتی	۰/۵۵**	۰/۳۲**	۰/۲۶*	۰/۴۲**	۰/۴۳**	۱			
اخلاقی	۰/۴۳**	۰/۲۸**	۰/۳۰**	۰/۲۷**	۰/۴۳**	۰/۴۴**	۱		
فناورانه	۰/۵۴**	۰/۲۸**	۰/۴۳**	۰/۴۷**	۰/۲۶*	۰/۳۲**	۰/۵۹**	۱	
اثربخشی مالی	۰/۴۸**	۰/۴۱**	۰/۶۰**	۰/۵۱**	۰/۲۷**	۰/۳۶**	۰/۳۲**	۰/۴۸**	۱
* $P < 0.05$ و ** $P < 0.01$									

جدول ۲ آزمون همبستگی پیرسون را برای بررسی رابطه بین شایستگی حرفه‌ای و عملکرد مالی نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌کنید بین شایستگی‌های حرفه‌ای و عملکرد مالی رابطه مثبت و معناداری ($P < 0.05$) وجود دارد ($r=0.48$). همچنین، بین هر یک از ابعاد شایستگی علمی-آموزشی با اثربخشی مالی ($r=0.41$)، شایستگی شخصیتی با اثربخشی مالی ($r=0.60$)، شایستگی اجتماعی با اثربخشی مالی ($r=0.51$)، شایستگی فکری با اثربخشی

مالی ($r=0/27$)، شایستگی مدیریتی با اثربخشی مالی ($r=0/36$)، شایستگی اخلاقی با اثربخشی مالی ($r=0/32$) و شایستگی فناوریانه با اثربخشی مالی ($r=0/48$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P<0/05$).

فرضیه فرعی دوم: بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج مربوط به این تحلیل در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی با اثربخشی مالی

متغیر	گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی	اثربخشی مالی	برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی	گزارش دهی
گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی	۱			
اثربخشی مالی	۰/۲۸**	۱		
برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی	۰/۲۵**	۰/۷۴**	۱	
گزارش دهی	۰/۳۱**	۰/۵۸**	۰/۵۸*	۱

* $P<0/05$ و ** $P<0/01$

جدول ۳، آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی با اثربخشی مالی را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی با اثربخشی مالی ($r=0/28$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P<0/05$). همچنین، بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی با هر یک از ابعاد برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی ($r=0/25$) و گزارش‌دهی ($r=0/31$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P<0/05$).

فرضیه فرعی سوم: بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج مربوط به این تحلیل در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: آزمون همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی

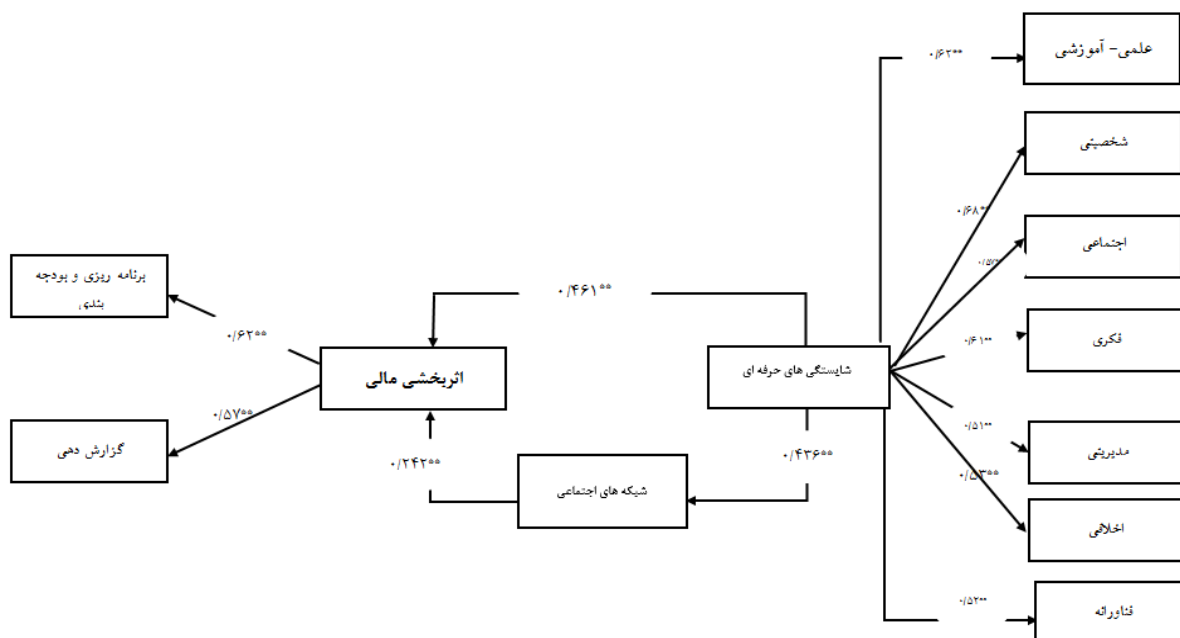
متغیر	شایستگی‌های حرفه‌ای	علمی-آموزشی	شخصیتی	اجتماعی	فکری	مدیریتی	اخلاقی	فناورانه	گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی
شایستگی‌های حرفه‌ای	۱								
علمی-آموزشی	۰/۵۱**	۱							
شخصیتی	۰/۴۲**	۰/۳۰**	۱						
اجتماعی	۰/۴۷**	۰/۴۱**	۰/۷۰**	۱					
فکری	۰/۴۳**	۰/۲۹**	۰/۱۷	۰/۲۶*	۱				

			۱	۰/۴۳**	۰/۴۲**	۰/۲۶*	۰/۳۲**	۰/۵۵**	مدیریتی
		۱	۰/۴۴**	۰/۴۳**	۰/۲۷**	۰/۳۰**	۰/۲۸**	۰/۴۳**	اخلاقی
	۱	۰/۵۹**	۰/۳۲**	۰/۲۶*	۰/۴۷**	۰/۴۳**	۰/۲۸**	۰/۵۴**	فناورانه
۱	۰/۶۰**	۰/۵۹**	۰/۴۲**	۰/۳۹**	۰/۴۷**	۰/۴۷**	۰/۲۸**	۰/۴۶**	گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی
* P<۰/۰۵ و ** P<۰/۰۱									

جدول ۴ آزمون همبستگی پیرسون را برای بررسی رابطه بین شایستگی حرفه‌ای و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌کنید، بین شایستگی‌های حرفه‌ای و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($r=0/46$) و ($P<0/05$). همچنین، بین هر یک از ابعاد شایستگی علمی-آموزشی با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/28$)، شایستگی شخصیتی با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/47$)، شایستگی اجتماعی با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/47$)، شایستگی فکری با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/39$)، شایستگی مدیریتی با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/42$)، شایستگی اخلاقی با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/59$) و شایستگی فناورانه با گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ($r=0/60$) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P<0/05$).

گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه، نقش واسطه‌ای دارد.

برای بررسی گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین شایستگی حرفه‌ای کارکنان و عملکرد مالی از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج این تحلیل در نمودار ۲ ارائه شده است.



نمودار ۲. مدل نهایی پژوهش (منبع: محاسبات پژوهشگر)

در نمودار ۲ مدل نهایی نقش میانجی گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی را در رابطه بین شایستگی حرفه‌ای و اثربخشی مالی نشان می‌دهد. در مدل‌سازی معادلات ساختاری، قبل از پذیرش مدل، باید مشخص شود که آیا داده‌ها

با مدل پژوهش مفهومی همخوانی دارند یا خیر. کارشناسان شاخص‌هایی را برای بررسی تناسب مدل ارائه کرده‌اند. اگر عملکرد مدل با آنچه کارشناسان ارائه کرده‌اند مطابقت داشته باشد، می‌توان گفت که داده‌ها با مدل مطابقت دارند. جدول زیر شاخص‌های برازش داده‌های مدل مفهومی را ارائه می‌دهد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل نقش واسطه‌ای گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی در ارتباط بین شایستگی‌های حرفه‌ای و

اثربخشی مالی

علامت اختصاری	معادل فارسی	مقدار شاخص
CFI	شاخص برازش تطبیقی	۰/۳۱۵
TLI	شاخص توکر-لویس	۰/۹۳۸
NFI	شاخص برازش هنجار شده	۰/۹۲۵
GFI	شاخص نیکویی برازش	۰/۹۸۲
RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	۰/۰۷۴
CMIN/DF	کای اسکور بهنجار شده	۱/۵۱۹

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، شاخص کای دو نرمال ($CMIN / df = 1.52$) است، مقادیر زیر ۳ برای برازش مدل مناسب هستند و شاخص خوب بودن برازش ($GFI = 0.982$) است. شاخص Tucker-Lewis ($TLI = 0.938$)، شاخص تناسب تطبیقی ($CFI = 0.315$)، و شاخص تناسب عادی ($NFI = 0.925$) است که بالای ۰/۹ است که همه نشان دهنده تناسب خوب است. علاوه بر این، $RMSEA = 0.074$ بود، که نشان می‌دهد که مدل به خوبی برازش شده است.

جدول ۶. نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری متغیرهای پژوهش

مسیرهای الگو	اثر مستقیم	انحراف معیار	آماره t	اثر غیرمستقیم	سطح معناداری
شایستگی‌های حرفه‌ای به گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۳۶	۰/۱۲۱	۵/۹۸۱	-	۰/۰۰۰
گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی به اثربخشی مالی	۰/۲۴۲	۰/۱۱	۲/۳۴۷	-	۰/۰۰۰
شایستگی‌های حرفه‌ای به اثربخشی مالی	۰/۴۶۱	۰/۱۵۱	۴/۶۳۴	۰/۱۰۵	۰/۰۰۰

جدول ۶ نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری مدل مطالعه نهایی را نشان می‌دهد. ضرایب مدل پژوهش نشان می‌دهد که ضریب مسیر شایستگی‌های حرفه‌ای به گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی ۰/۴۳۶ است. ضریب مسیر گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی برای عملکرد مالی ۰/۲۴۲ است. ضریب مسیر شایستگی‌های حرفه‌ای تا اثربخشی مالی برابر با ۰/۴۶۱ است. همانطور که از جدول مشخص است، متغیر شایستگی‌های حرفه‌ای علاوه بر تأثیر مستقیم، می‌تواند به طور غیرمستقیم (از طریق گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی) به میزان ۰/۱۰۵ بر اثربخشی مالی تأثیر بگذارد. بنابراین می‌توان گفت که گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی نقش واسطه‌ای در رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای و اثربخشی مالی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این بخش، نتایج حاصل از فرضیات تحقیق به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرد. هدف اصلی این پژوهش، بررسی ارتباط بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان، گرایش آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی و اثربخشی مالی شرکت‌های

شهرک صنعتی ارومیه است. برای تحلیل این روابط، از روش‌های آماری همچون آزمون‌های همبستگی و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در ادامه، نتایج مربوط به هر یک از فرضیات پژوهش ارائه و با توجه به مبانی نظری و مطالعات پیشین تفسیر می‌شود. این بخش به روشن شدن تأثیرات و ارتباطات میان متغیرهای اصلی پژوهش کمک کرده و دیدگاهی برای ارتقاء عملکرد سازمان‌ها ارائه می‌دهد. آورده شده است:

فرضیه فرعی اول: بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد. نتایج این فرضیه نشان می‌دهد که کارکنان با شایستگی‌های بالاتر در زمینه‌های مختلف علمی، آموزشی، شخصیتی، اجتماعی، فکری، مدیریتی، اخلاقی و فناوری قادر به انجام وظایف خود با سرعت، دقت و انعطاف‌پذیری بالاتر هستند. این امر به آنها این امکان را می‌دهد که بهبودهایی در کیفیت بودجه‌بندی و فرآیندهای مالی ایجاد کنند که در نهایت منجر به افزایش اثربخشی مالی می‌شود. این یافته‌ها با مطالعات پیشین از جمله پژوهش‌های تقی‌خانی و پورکریمی (۱۳۹۸) و صفا و آذرنژاد (۱۳۹۶) همخوانی دارد که به وضوح نشان داده‌اند شایستگی‌های حرفه‌ای تأثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد سازمانی و اثربخشی مالی دارند. بر اساس دیدگاه‌های نظری موجود، شایستگی‌های فردی و حرفه‌ای کارکنان از عوامل کلیدی برای تسریع در فرآیندهای کاری و تصمیم‌گیری‌های دقیق در سازمان‌ها به شمار می‌روند، که موجب بهبود عملکرد و در نهایت اثربخشی مالی خواهد شد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، این‌گونه به نظر می‌رسد که برای افزایش اثربخشی مالی، سازمان‌ها باید بر توسعه شایستگی‌های کارکنان خود تأکید کنند و آنان را از نظر علمی، مدیریتی و فناوری توانمند سازند.

فرضیه فرعی دوم: بین گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد. نتایج این فرضیه نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کارکنان می‌توانند مهارت‌های خود را در زمینه‌های مختلف از جمله اجتماعی، علمی و اطلاعاتی بهبود دهند. این افزایش مهارت‌ها و توانمندی‌ها موجب می‌شود که آنان به نحو بهتری از منابع و فرصت‌های بیرونی استفاده کنند، که این امر در نهایت می‌تواند اثربخشی مالی را ارتقا دهد. این یافته‌ها با پژوهش‌های علیپور و همکاران (۱۳۹۸)، گلرد و همکاران (۱۳۹۶) و افضل‌ی و فولادی (۱۳۹۵) همخوانی دارد که نشان داده‌اند استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور غیرمستقیم بر بهبود مهارت‌ها و عملکرد کارکنان اثرگذار است. شبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزارهایی برای ارتباط و شبکه‌سازی هستند، بلکه در بهبود سواد دیجیتالی و افزایش اطلاعات مفید نیز نقش کلیدی دارند. با توجه به رشد سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، سازمان‌ها باید کارکنان خود را در استفاده بهینه از این شبکه‌ها آموزش دهند تا از مزایای آن بهره‌برداری کنند و در نهایت بهبود عملکرد مالی را تجربه کنند.

فرضیه فرعی سوم: بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه رابطه وجود دارد. نتایج این فرضیه نشان داد که هرچه شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان افزایش یابد، تمایل آنان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های اطلاعاتی نیز بیشتر می‌شود. این امر به این معنی است که کارکنانی که از نظر علمی، آموزشی و اخلاقی توانمندتر هستند، در استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی موفق‌تر عمل می‌کنند. این یافته با پژوهش‌های ژانگ (۲۰۱۷) همخوانی دارد که نشان می‌دهد شایستگی‌های حرفه‌ای نقش مهمی در توسعه و بهره‌برداری مؤثر از فناوری‌های جدید ایفا می‌کنند. شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان می‌تواند به‌طور مستقیم بر رفتارهای دیجیتال آنان تأثیر بگذارد و موجب شود که آنان به‌طور مؤثرتری از فناوری‌های

نوین برای افزایش کارایی و بهبود ارتباطات استفاده کنند. در نتیجه، توسعه شایستگی‌های حرفه‌ای می‌تواند یک عامل محرک برای افزایش گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی باشد که در نهایت می‌تواند اثربخشی کلی سازمان را بهبود بخشد.

فرضیه اصلی: گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه، نقش واسطه‌ای دارد. نتایج این فرضیه نشان داد که با افزایش شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان، گرایش آنان به شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و این گرایش در نهایت به افزایش اثربخشی مالی کمک می‌کند. این یافته نشان می‌دهد که شایستگی‌های حرفه‌ای به‌طور غیرمستقیم بر اثربخشی مالی از طریق افزایش تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. این نتیجه با دیدگاه‌های نظری موجود همخوانی دارد که بیان می‌کنند توانمندی‌های حرفه‌ای کارکنان موجب می‌شود که آنان از فرصت‌های بیرونی به‌طور مؤثرتر استفاده کنند و بتوانند از فناوری‌های اطلاعاتی به نفع سازمان بهره‌برداری کنند. در حقیقت، این روند نشان‌دهنده اهمیت سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه شایستگی‌های کارکنان برای بهره‌برداری بهینه از فناوری‌های نوین است که می‌تواند باعث افزایش اثربخشی مالی سازمان شود. در این زمینه، نقش شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی در فرآیند بهبود عملکرد و بهره‌وری در سطح سازمان‌ها بسیار مهم است.

نتیجه‌گیری کلی این پژوهش نشان می‌دهد که شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان و گرایش به شبکه‌های اجتماعی در کنار یکدیگر می‌توانند تأثیر زیادی بر اثربخشی مالی شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه داشته باشند. نتایج نشان می‌دهد که کارکنانی که از شایستگی‌های حرفه‌ای بالاتری در زمینه‌های علمی، آموزشی، اجتماعی، فنی و اخلاقی برخوردارند، می‌توانند با عملکرد بهتر، انعطاف‌پذیرتر و با دقت بیشتری وظایف خود را انجام دهند که در نهایت موجب بهبود اثربخشی مالی شرکت‌ها می‌شود. علاوه بر این، استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی نیز به کارکنان این امکان را می‌دهد که مهارت‌های خود را تقویت کنند و از این طریق در تحقق اهداف سازمانی و افزایش اثربخشی مالی تأثیرگذار باشند. این پژوهش بر اهمیت توجه به توانمندسازی کارکنان در هر دو جنبه شایستگی‌های حرفه‌ای و استفاده از فناوری‌های نوین تأکید دارد. با این حال، محدودیت‌هایی در این پژوهش وجود دارد که باید در نظر گرفته شوند. یکی از محدودیت‌ها این است که این پژوهش تنها به شرکت‌های شهرک صنعتی ارومیه محدود بوده و نتایج آن ممکن است در سایر صنایع و شهرها متفاوت باشد. علاوه بر این، اندازه نمونه به رغم استفاده از روش تصادفی ساده، ممکن است نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین، استفاده از پرسشنامه‌های خوداظهاری ممکن است به دلیل پاسخ‌های احتمالی تحریف‌شده توسط شرکت‌کنندگان، بر دقت نتایج تأثیر بگذارد. از سوی دیگر، پژوهش حاضر به‌طور عمده به داده‌های کمی پرداخته است و تحقیقات کیفی می‌تواند به درک عمیق‌تری از جنبه‌های مختلف این موضوع کمک کند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌شود:

شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی ارومیه باید دوره‌های آموزشی مستمر برای ارتقای شایستگی‌های علمی، مدیریتی، فناوری و اخلاقی کارکنان برگزار کنند. این دوره‌ها می‌توانند شامل کارگاه‌های مهارت‌های ارتباطی، حل مسئله، مدیریت زمان، کار تیمی و آموزش فناوری‌های نوین مالی باشند. با بهبود این شایستگی‌ها، سرعت و دقت انجام وظایف افزایش یافته و اثربخشی مالی شرکت‌ها بهبود می‌یابد.

به جای محدود کردن استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سازمان‌ها باید از این فضا به عنوان ابزاری برای یادگیری، به اشتراک‌گذاری دانش و ارتقای مهارت‌های کارکنان استفاده کنند. به همین منظور، طراحی پلتفرم‌های داخلی برای تبادل اطلاعات حرفه‌ای و ایجاد گروه‌های تخصصی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به بهبود مهارت‌های علمی و اجتماعی کارکنان کمک کند.

شرکت‌ها می‌توانند با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت مالی و تحلیل داده، فرایندهای بودجه‌بندی و گزارش‌دهی را بهینه‌سازی کنند. این امر نه تنها دقت تصمیمات مالی را افزایش می‌دهد، بلکه موجب بهبود بهره‌وری و کاهش هزینه‌های سازمانی خواهد شد.

ارائه مشوق‌های مالی و غیرمالی (مانند فرصت‌های ارتقا، جوایز عملکردی و مزایای آموزشی) برای کارکنانی که به طور مستمر از شبکه‌های اجتماعی برای یادگیری و بهبود عملکرد استفاده می‌کنند، می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای فرهنگ سازمانی داشته باشد.

گرچه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ابزار مفیدی برای توسعه شایستگی‌های کارکنان باشند، اما باید چارچوب‌هایی برای استفاده بهینه از آن‌ها تعیین شود. ایجاد دستورالعمل‌های مشخص و زمان‌بندی شده برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط کار می‌تواند از اتلاف وقت جلوگیری کند و در عین حال، یادگیری مستمر را تسهیل نماید.

به کارگیری ابزارهای دیجیتال برای ارزیابی و پایش عملکرد کارکنان بر اساس شایستگی‌های حرفه‌ای و میزان استفاده هدفمند از شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند داده‌های ارزشمندی برای تصمیم‌گیری‌های مدیریتی فراهم کند و به افزایش کارایی و اثربخشی مالی شرکت‌ها کمک نماید.

شرکت‌های صنعتی ارومیه می‌توانند با ایجاد انجمن‌های تخصصی و همکاری با شرکت‌های موفق داخلی و خارجی، از تجربیات آن‌ها در زمینه توسعه شایستگی‌های کارکنان و بهره‌گیری صحیح از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند. برگزاری نشست‌های تخصصی و همایش‌های آموزشی در این زمینه نیز می‌تواند مفید باشد.

تقویت فرهنگ سازمانی که بر یادگیری مستمر، پذیرش تغییرات و استفاده از فناوری‌های نوین تأکید دارد، می‌تواند در افزایش گرایش کارکنان به شبکه‌های اجتماعی مفید و در نتیجه، افزایش بهره‌وری و اثربخشی مالی سازمان‌ها مؤثر باشد.

منابع

- اسماعیل پور، م.، حسینی، س. ی.، جعفرپور، ی. (۱۳۹۷). چالش‌های پذیرش تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط (مطالعه موردی: شرکت‌های فعال مستقر در شهرک صنعتی بوشهر). کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۹(۱)، ۱۲۵-۱۰۲.
- افضلی، س.، فولادی، ن. (۱۳۹۵). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب و کار. در اولین کنفرانس ملی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (ص. ۶۵-۵۰). تهران: دانشگاه صنعتی شریف.
- بهرنگی، م. ر.، طباطبایی، ب. (۱۳۸۸). بررسی رابطه کارآفرینی با اثربخشی مدیران دبیرستان‌های دخترانه شهر کرمان. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۳)، ۱۴۵-۱۲۴.
- تقی خانی، ن.، پورکریمی، ج. (۱۳۹۸). رابطه شایستگی‌های حرفه‌ای مدیران با اثربخشی سازمانی (مورد دانشگاه تهران). در سومین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت و حسابداری در ایران (ص. ۸۵-۷۰). تهران: دانشگاه تهران.
- حافظ نیا، م. ر. (۱۳۹۷). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.

حسینی، ی. ص.، نیکخواه، ی.، کرمی، ا. (۱۳۹۹). تأثیر توسعه سرمایه انسانی بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق عملکرد نوآوری و عملیاتی. جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۹(۱)، ۶۹-۵۰.

حیدری سورشجانی، ق. (۱۳۹۶). شایستگی‌های حرفه‌ای مدیران دفاتر قضایی. تهران: مرکز مطبوعات و انتشارات قوه قضاییه.

دریک، م. (۱۳۹۷). مدیریت زنجیره تأمین جهانی (ترجمه محمد یوسفی، چاپ اول). تهران: چاپ و نشر بازرگانی.

سرمد، ز.، بازرگان، ع.، حجازی، ا. (۱۳۹۹). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه.

شهریور، ر. ا. (۱۳۹۷). نقش واسطه‌ای سواد اطلاعاتی در ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر نورآباد ممسنی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نورآباد.

صفا، ل.، آذرنژاد، ک. (۱۳۹۶). تأثیر مؤلفه‌های شایستگی حرفه‌ای بر عملکرد شغلی آموزشگران هنرستان‌های کشاورزی استان‌های شمال غرب کشور. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۹(۴۱)، ۹۹-۸۴.

عسگرنژادنوری، ب.، قلی‌پور، ع.، و بیگی فیروزی، ا. (۱۴۰۱). نقش بکارگیری شبکه‌های اجتماعی و مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان در بهبود عملکرد بازاریابی شرکت‌های بیمه T. صنعت لاستیک ایران، ۲۶(۱۰۵)، ۷۴-۵۷. بازاریابی از <https://sid.ir/paper/1044144/fa>

علیپور، و.، جعفری، م.، مهری بازقلعه، ع. (۱۳۹۸). بررسی اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد مدیریت روابط با مشتری (مورد مطالعه: کسب و کارهای موجود در صنف آرایشی و بهداشتی استان قزوین). پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۱(۲۱)، ۱۷۴-۱۵۳.

کریمیان، ح.، آراسته، ح.، ر.، بهرنگی، م.، ر.، زین‌آبادی، ح. ر. (۱۳۹۷). طراحی و تبیین چارچوب شایستگی‌های حرفه‌ای دانش‌جو-معلمان دوره ابتدایی دانشگاه فرهنگیان. دوماهنامه علمی-پژوهشی راهبردهای آموزش در علوم پزشکی، ۱۱(۵)، ۳۳-۴۷.

گلرد، پ.، حسینی، م.، عسگری، ا. (۱۳۹۶). رابطه شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان با نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه و تبعیض جنسیتی. توسعه کارآفرینی، ۱۰(۲)، ۸۷-۷۲.

لاجوردی، م. (۱۳۹۵). مبانی و مدل‌های اثربخشی سازمانی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

محمودی، س. (۱۴۰۳). نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء شایستگی‌های حرفه‌ای کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط. پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی هاتف.

مظفرپور، ص. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین گرایش به استفاده از شبکه‌های مجازی و رفتارهای انحرافی کارکنان با نقش واسطه‌ای سکوت سازمانی از دیدگاه کارکنان آموزش و پرورش شهرستان‌های ممسنی و رستم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نورآباد.

Abdul-Halim, H., Ahmad, N. H., Geare, A., & Thuramy, R. (2019). Innovation culture in SMEs: The importance of organizational culture, organizational learning and market orientation. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(3).

Ahmad, A. (2011). Social network sites and its popularity. *International Journal of Research and Reviews in Computer Science*, 2(2), 522.

Ballada, W. & Ballada, S, (2012). Basic Accounting-Made Easy: 17th Edition. Philippines: *Made Easy Books*

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2017). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer - mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Brigham, E., & Houston, J. (2012). Fundamentals of Financial Management: Philippines: *MG Reprographics*.

- Chidambaranathan, K., & Swarooprani, B. S. (2023). Knowledge management as a predictor of organizational effectiveness: the role of demographic and employment factors. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(6), 758-763.
- Dudin, M. N., Vysotskaya, N. V., Frolova, E. E., Pukhart, A. A., & Galkina, M. V. (2022). Improving professional competence of the staff as a strategic factor for sustainable development of companies. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(1).
- Fung, D., Kutnick, P., Mok, I., Leung, F., Lee, B. P. Y., Mai, Y. Y., & Tyler, M. T. (2017). Relationships between teachers' background, their subject knowledge and pedagogic efficacy, and pupil achievement in primary school mathematics in Hong Kong: An indicative study. *International Journal of Educational Research*, 81, 119-130.
- Ghobakhloo, M., & Tang, S. H. (2011). Barriers to electronic commerce adoption among small businesses in Iran. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 9(4), 48-89.
- Goodman, P. S., & Pennings, J. M. (1977). *New perspectives on organizational effectiveness*. Jossey-Bass.
- Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1988). Management of organizational behavior: Utilizing human resources.
- Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2018). Theory research and practice. *Educational administration*.
- Jagoda, K. (2023). The Use of Electronic Commerce by SMEs. *intrepreneurial*, 1, 36-47.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Parveen, F., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2016). Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations. *Management Decision*.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2019). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, 30(3), 227-238.
- Salman, M., Ganie, S. A., & Saleem, I. (2024). Employee Competencies as Predictors of Organizational Performance: A Study of Public and Private Sector Banks. *Management and Labour Studies*, 45(4), 416-432.
- Villegas, B. S. (2023). Factors influencing administrators' empowerment and financial management effectiveness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 176, 466-475.
- Žvan, M., & Lešnik, B. (2014). Competencies For Teachers of Physical and Health Education. *Research in physical education, sport & health*, 3(1).