

عنوان مقاله:

تعیین چالش های توسعه و ایجاد کسب و کار های کوچک در شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: مدیران شرکت های کسب و کار های کوچک در تهران)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مجید فتاحی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

شهریار اله وردی - دکتری تخصصی رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری،

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی از لحاظ روش توصیفی تحلیلی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران شرکت های کسب و کار های کوچک در تهران می باشند که با استفاده از فرمول کوکران 384 نفر به عنوان نمونه، به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. روایی سوالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تایید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ 0.83 محاسبه شد. در این پژوهش سه چالش توسعه و ایجاد کسب و کار های کوچک مانند: عوامل سیاسی و قانونی، کنترل ناپذیری پیام، و محدودیت مخاطبین مورد بررسی قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه از نرم افزار SPSS استفاده شده است. با توجه به غیر نرمال بودن داده های پرسشنامه، برای بررسی فرضیه های تحقیق از آزمون اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از همبستگی مثبت بین متغیرهای عوامل سیاسی و قانونی ایجاد کسب و کار های کوچک با ضریب 0.816 / 0، کنترل ناپذیری و ایجاد کسب و کار های کوچک با ضریب 0.736 / 0 و عامل محدودیت مخاطبین و ایجاد کسب و کار های کوچک با ضریب 0.803 / 0 با ایجاد چالش هایی در رسانه های اجتماعی بود.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، چالش ها، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1001663>

