

عنوان مقاله:

بررسی ابعاد رضایت کاربران از شبکه های اجتماعی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی وب پژوهی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

مهدی میرمهدی - استادیار مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر، سایت های شبکه های اجتماعی با رشدی بی نظیر به پدیده ای محبوب و کانال ارتباطی جدیدی تبدیل شده اند. همچنین، در حال حاضر، حوزه سایت های شبکه های اجتماعی به طرز چشمگیری توجه محققان علاقه مند به فناوری های آنلاین و رفتار کاربران را به خود جلب کرده است. این تحقیقات جنبه های مختلف سایت های شبکه های اجتماعی از جمله انگیزه و نگرش کاربران را در بر می گیرد. اما با وجود اهمیت رضایت کاربر در زمینه شبکه های اجتماعی، تحقیقات محدودی در رابطه با این موضوع وجود دارد. به دلیل رشد این سایت ها در کشورهای آسیایی و به ویژه ایران، مطالعه و پژوهش در مورد آنها از اهمیت فراوانی برخوردار است. این تحقیق از رویکرد کیفی و تحلیل تم برای بررسی عوامل تعیین کننده رضایت کاربر از شبکه های اجتماعی استفاده می کند و بینش مناسبی را برای درک نیاز کاربران ایرانی سایت های شبکه های اجتماعی فراهم می نماید. براساس نتایج این تحقیق هفت تم اصلی مشخص شد: به موقع بودن، ارزش های سودگرایانه، ارزش های لذت جویانه، راحتی استفاده، فرمت، امنیت ادراک شده و شخصی سازی.

کلمات کلیدی:

رسانه اجتماعی، شبکه اجتماعی، محیط آنلاین، رضایت کاربر، تحلیل تماتیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1035493>

