

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر قصد استفاده مستمر از شبکه های اجتماعی مورد مطالعه: شبکه اجتماعی اینستاگرام

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمدباقر اقبالیان زفرقندی - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، تهران

داوود موذن - استادیار دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی، قزوین

خلاصه مقاله:

امروزه دیگر شبکه های اجتماعی جزئی از زندگی روزمره حقیقی بسیاری از مردم، شخصیت ها و کسب و کارها شده است. شناخت بهترین شبکه های اجتماعی و بهربرداری بهینه از قدرت و ظرفیت شبکه های اجتماعی امری مهمی قلمداد می گردد. در این راستا پژوهش حاضر سعی در شناسایی عوامل موثر بر قصد استفاده از شبکه های اجتماعی همچون شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته است. این پژوهش در چهارچوب رویکرد کیفی و با بهکارگیری روش تحقیق داده بنیاد (رویکرد اشتراوس کوربین) انجام گرفته است. ابزار جمع آوری داده ها مصاحبه عمیق بوده، حجم نمونه برای مصاحبه از خبرگان با به کارگیری روش نمونه گیری هدفمند در چهارچوب اشباع نظری نهایی گردید و از راهبرد نظریه داده بنیاد مشتمل بر کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شده است. نتایج پژوهش حاضر منجر به شناسایی ۵۶ کد و ۱۳ مقوله شد که شامل قصد استفاده مستمر از شبکه های اجتماعی به عنوان مقوله محوری و شرایط علی (لذت گرا، فایده گرا)، عوامل زمینه ای (زیرساخت های فردی، فناوری و فرهنگی)، شرایط مداخله گر (ساختار های قانونی و اقتصادی)، راهبردها (راهبرد های ترویج و آموزش و آگاه سازی، استفاده هوشمند و تدافعی) و پیامدها (کار کرد های شبکه، بهبود سطح فعالیت و افزایش تعداد کاربران) قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، استفاده مستمر، اینستاگرام، داده بنیاد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1475317>

