

عنوان مقاله:

واکاوی تاثیر اینستاگرام بر قصد کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سمنان)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 9، شماره 34 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 34

نویسندگان:

میثم مدرسی - استادیار گروه آموزشی مدیریت کارآفرینی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، ایران.

شقایق جلیلود - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی کسب و کار جدید، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

خلاصه مقاله:

اثر شبکه های اجتماعی بر رفتار کارآفرینان در فضای مجازی رو به فزونی است. در این میان شبکه اجتماعی اینستاگرام به عنوان یکی از شبکه های پرمخاطب در حال پررنگ کردن نقش خود در شکل-دهی قصد کارآفرینی کاربران می باشد. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر اینستاگرام بر قصد کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه سمنان می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف، از نوع کاربردی و برحسب نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری مطالعه حاضر را دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری و علوم و فناوری-های نوین دانشگاه سمنان به تعداد ۲۰۰۰ نفر تشکیل می دهند که بر اساس جدول مورگان ۳۲۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین، شیوه نمونه گیری تصادفی طبقه ای است. مقیاس های تحقیق برای سنجش متغیرها پرسشنامه استاندارد می باشد. در این پژوهش ۶ فرضیه شکل گرفته است که تمامی فرضیات تایید شده اند. نتایج حاکی از آن است که اینستاگرام بر نگرش کارآفرینانه، هنجارهای اجتماعی کارآفرینانه و درک امکان پذیری کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد. افزون بر این، نگرش کارآفرینانه، هنجارهای اجتماعی کارآفرینانه و درک امکان پذیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

اینستاگرام، شبکه های اجتماعی، قصد کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1801984>

