

عنوان مقاله:

بررسی نقش رسانه ها در اعتمادسازی سهامداران پتروشیمی (مطالعه موردی شرکت کارگزاری آبان)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

مریم احمدی آهنگر - دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشکده ادبیات و علوم انسانی گروه ارتباطات واحد میبد

علی محمد مزیدی شریف آبادی - هیات علمی دانشکده ادبیات و علوم انسانی گروه ارتباطات واحد میبد

خلاصه مقاله:

این پژوهش به منظور بررسی تأثیر رسانه ها بر اعتمادسازی سهامداران بورس پتروشیمی انجام گرفته است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی می باشد. روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی می باشد. برای محاسبه حجم نمونه نیز فرمول کوکران به کار برده شده است. نمونه مورد بررسی 73 نفر از سرمایه گذاران بورس پتروشیمی شرکت کارگزاری آبان (سهامی خاص) هستند که به صورت نمونه گیری داوطلبانه انتخاب شده بودند. نتایج حاکی از آن است که اثر روزنامه ها و مجلات بر افزایش اعتماد سهامداران برای ورود به بازار بورس پتروشیمی زیاد و اثر تبلیغات، سرعت انتشار اخبار، برنامه های آموزشی و بیان وقایع توسط روزنامه ها و مجلات بر اعتمادسازی سهامداران پتروشیمی به ترتیب متوسط، متوسط، متوسط، و خیلی زیاد است. به همین ترتیب اثر رادیو بر افزایش اعتماد سهامداران برای ورود به بازار بورس پتروشیمی متوسط و اثر تبلیغات، سرعت انتشار اخبار، برنامه های آموزشی و بیان وقایع توسط رادیو بر اعتمادسازی سهامداران پتروشیمی به ترتیب کم، کم، زیاد و متوسط است. اثر تلویزیون بر افزایش اعتماد سهامداران برای ورود به بازار بورس پتروشیمی زیاد و اثر تبلیغات، سرعت انتشار اخبار، برنامه های آموزشی و بیان وقایع توسط تلویزیون بر اعتمادسازی سهامداران پتروشیمی به ترتیب متوسط، متوسط، زیاد و زیاد است. و در آخر اثر اینترنت بر افزایش اعتماد سهامداران برای ورود به بازار بورس پتروشیمی خیلی زیاد و اثر تبلیغات، سرعت انتشار اخبار، برنامه های آموزشی و بیان وقایع توسط اینترنت بر اعتمادسازی سهامداران پتروشیمی به ترتیب زیاد، خیلی زیاد، زیاد و خیلی زیاد است.

کلمات کلیدی:

رسانه، اعتمادسازی، سهامداران، بورس پتروشیمی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556118>

