

عنوان مقاله:

تاثیر عوامل عملکردی و روانی بر استفاده از شبکه های اجتماعی واتس اپ (مورد مطالعه: دانشجویان علوم تحقیقات تهران)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مهدی تاج پور - دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران

الناز پهلوانی - دانشجوی دکتری بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

الهه حسینی - دانشجوی دکتری رفتار و منابع انسانی دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی تاثیر عوامل عملکردی و روانی بر استفاده از شبکه های اجتماعی واتس اپ دانشجویان علوم تحقیقات تهران در بازه زمانی زمستان 1397 پرداخته جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه دانشگاه علوم تحقیقات تهران می باشد برای نمونه آماری پژوهش حاضر از روش تصادفی در دسترس بهره گرفته شده است و با توجه به جدول کرجسی-مورگان تعداد نمونه برابر 162 نفر است استفاده شده است. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد میباشد؛ که پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ 0/831 تایید شد. این پرسشنامه که شامل هشت متغیر و بیست و هشت سوال بود را بین دانشجویان پخش کرده داده ها را جمع آوری کرده مورد تجزیه و تحلیل قرار داده، برای انجام تحلیل استنباطی از نرم افزار اسمارت پی ال اس 3 استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که موانع ارزش، اعتماد و منافع و باورهای مشترک در بین دانشجویان دانشگاه علوم تحقیقات تهران تاثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

عوامل عملکردی، عوامل روانی، حمایت مشتری، شبکه اجتماعی واتس اپ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915259>

