

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر منافع درک شده، هویت و نفوذ اجتماعی بر بهره گیری واقعی از شبکه اجتماعی اینستاگرام (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان تهران واحد شهر ری)

محل انتشار:

کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سمیه قلی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور استان تهران واحد شهر ری

محمد مهبودی - استاد یار مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی مولانا قزوین

خلاصه مقاله:

هدف: تاثیر منافع درک شده، هویت و نفوذ اجتماعی بر بهره گیری واقعی از شبکه اجتماعی اینستاگرام روش تحقیق: پژوهش از نظر هدف کاربردی نوع توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور استان تهران واحد ری با حجم نمونه 169 نفر انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده پرسشنامه استاندارد که روایی و پایایی آن تأیید شد. با انجام آزمون K-S غیر نرمال بودن فراوانی پاسخ های ارائه شده تایید شده، لذا از تحلیل های آماری ناپارامتریک در این تحقیق بهره گرفته شده است. به منظور آزمون فرضیات از مدل معادلات ساختاری استفاده شده و داده ها با استفاده از آمارتوصیفی از طریق spss 24 و آمار استنباطی آزمون معادلات ساختاری از طریق PLS Smart2 تجزیه و تحلیل شده است. یافته ها: فرضیه اصلی ادعایی مبنی بر این تحقیق که فاکتورهای که می توانند فعالیت های شبکه اجتماعی اینستاگرام را در بین دانشجویان دانشگاه تشدید کنند مورد تأیید قرار گرفت. نتایج: نتایج نشان داد که نحوه استفاده از اینستاگرام به عنوان یک ابزار بازاریابی برای بهبود اقدامات بازاریابی بسیار قابل توجه می باشد. عامل منافع درک شده، هویت و نفوذ اجتماعی بر بهره گیری واقعی از شبکه اجتماعی اینستاگرام نقش تاثیر اساسی در این راستا ایفا می کند

کلمات کلیدی:

نفوذ اجتماعی، لذت درک شده، هویت اجتماعی، سهولت استفاده، سودمندی درک شده، قصد استفاده و استفاده واقعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/987804>

