



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

# آیا نظریه مفهوم سازی زمینه ای رفتار برنامه ریزی شده دلیل حضور

## نوجوانان در محیط های مجازی را توضیح می دهد؟

### چکیده

عواملی که موجب تداوم حضور کاربر در محیط های مجازی (VW ها) می شوند پژوهشگران و فعالان تجاری را کنجکاو کرده است. مشخص نیست که نظریات موجود چگونه و تا چه میزان می توانند استفاده کاربران از این محیط ها را توضیح بدهند. از آنجایی که بخش عمده کاربران محیط های مجازی را جوانان تشکیل می دهند شناخت دلایل قصد تداوم استفاده آن ها حائز اهمیت است. با در نظر گرفتن ویژگی های مختلف سرویس های محیط های مجازی نظیر قابلیت مشاهده اقدامات کاربران برای سایر کاربران، نظریه رفتار برنامه ریزی شده را در این زمینه به کار می گیریم و نقش نگرش نوجوانان، آثار اجتماعی و کنترل رفتاری ادراک شده را به عنوان عوامل تعیین کننده تداوم استفاده آن ها از محیط های مجازی بررسی می کنیم. سپس برای تفکیک این متغیرها مجموعه ای از متغیرهای برگرفته از منابع قبلی سیستم های اطلاعاتی (IS) را به کار می گیریم. این مطالعه با تحلیل داده های اولیه جمع آوری شده از 923 کاربر هتلهابو (یکی از محیط های مجازی برتر مورد استفاده نوجوانان) نقش انگیزه درونی کاربران، تأثیر بین فردی و خودکارآمدی را به عنوان عوامل اصلی تشکیل دهنده حضور مداوم کاربر در محیط های مجازی تأیید می کند. علاوه بر این، نشان می دهیم که تفکیک این سه متغیر تعیین شده می تواند بسیاری از مشخصات زمینه ای مهم محیط های مجازی را اندازه گیری کنند. این مطالعه با اثبات این موضوع که نظریات و مفاهیم IS برای محیط های مجازی و کاربران نوجوان مناسب هستند به منابع موجود کمک می کند.

کلیدواژه ها: محیط های مجازی، استفاده مداوم، نظریه تفکیک شده رفتار برنامه ریزی شده، سرویس آنلاین،

نوجوان

1. مقدمه

محیط های مجازی (VW ها) برای بسیاری از کاربران (به خصوص جوانان) به سرعت در حال تبدیل شدن به یک واقعیت فنی- اجتماعی نوظهور هستند. تا ماه می سال 2014، 1.9 میلیارد نفر در محیط های مجازی ثبت نام کرده اند که 60٪ آن ها بین 5 تا 15 سال سن دارند (کزرو، 2012). به عنوان مثال، از زمان شروع به کار سایت هتلهابو (بزرگ ترین محیط مجازی مخصوص نوجوانان) در سال 2000، 275 میلیون نفر در آن ثبت نام کرده اند (شرکت سولاک، 2013). موضوع استفاده مداوم از محیط های مجازی و سایر سرویس های آنلاین اهمیت بسیار زیادی برای پژوهشگران و فعالان تجاری دارد، زیرا تنها بخشی از حساب های ثبت شده فعال می مانند، حفظ کاربران دشوار است و برگرداندن کاربران خارج شده دشوارتر است (به مقالات شوارتز، شوارتز، جونگ، پرز-میرا و ویلی-پاتون، 2012؛ شرکت سولاک، 2013 مراجعه کنید).

در منابع، محیط های مجازی به عنوان محیط های ماندگار شبیه سازی شده با کامپیوتر تعریف شده اند که در آن کاربران مختلف از طریق آواتارها به طور همزمان با هم تعامل دارند (بینبرج، 2007). محیط های مجازی دارای کارکردها و فعالیت های مختلفی هستند که انگیزه بیرونی و درونی مؤثر بر نگرش استفاده از این سیستم ها را مرتبط می کنند (ورهاگن، فلدبرگ، فن دن هوف، مینتز و مریکیوی، 2012). همچنین وقتی کاربران از محیط های مجازی برای یکی از اهداف خود استفاده می کنند این کار را از طریق تعامل با گروهی متغیر از افراد دیگر انجام می دهند (چاتورودی، دولک و درنویچ، 2011، ص 675). بنابراین نشان می دهیم که تأثیر اجتماعی بر رفتار کاربر در محیط های مجازی اثر می گذارد (هائو و کیم، 2011). در مورد قابلیت کنترل سیستم، محیط های مجازی دارای رویدادهای همزمانی هستند که باید از طریق یک آواتار به کار گرفته شوند. با توجه این موضوع، می توان اثبات کرد که کاربران محیط مجازی برای کنترل فعالیت خود در سیستم به مهارت های خاص نیاز دارند (گول، جونگلاس، ایوس و جانسون، 2012).

هرچند مطالعات اخیر اطلاعات جدید و ارزشمندی در مورد مکانیزم های متنوع ارائه کرده اند که مختص استفاده از محیط های مجازی هستند (بم-موراویتز، 2013؛ فایولا، نیولون، فاف و اسمیسلاوا، 2013؛ گول، جانسون، جونگلاس و ایوس، 2011؛ مانتیمایکی و اسلام، 2014؛ ساندرز، روتکوفسکی، فن گنوشتن، ووگل و اورگو، 2011) اما برای ادغام این دیدگاه ها در یک ساختار نظری واحد که دلیل تداوم حضور جوانان را در محیط های مجازی توضیح بدهد تلاش های اندکی صورت گرفته است. برای رفع این مشکل از نظریه تفکیک شده

رفتار برنامه ریزی شده (DTPB) استفاده می کنیم (هسیه، رای و کیل، 2008؛ پاولو و فیگنسون، 2006؛ تیلور و تاد، 1995الف، 1995ب) زیرا این نظریه به ما امکان می دهد تا تفکیک نظریه محور نگرش ها، آثار اجتماعی و قابلیت کنترل سیستم را دنبال کنیم و آثار آن ها را بر قصد تداوم استفاده از محیط های مجازی بررسی کنیم. داده ها از بزرگ ترین محیط های مجازی مختص نوجوانان یعنی هتل ها بو جمع آوری شده است. این مطالعه سه دستاورد دارد. اول این که قصد جوانان برای تداوم استفاده از سرویس محیط های مجازی را توضیح می دهیم. با توجه به این موضوع که بخش عمده کاربران محیط های مجازی را جوانان تشکیل می دهند، بررسی اقدامات اجتماعی بر روی این گروه برای فعالیت های دانشگاهی بعدی بسیار مهم است. دوم این که اطلاعاتی در مورد نقش ها و تأثیر نسبی باورهای ذهنی، آثار اجتماعی و قابلیت کنترل سیستم به عنوان پیش نیازهای تداوم استفاده از محیط های مجازی ارائه می کنیم. سوم این که دانش نظری موجود درباره نحوه و میزان پیش بینی قصد استفاده کاربران از محیط های مجازی از طریق DTPB را افزایش می دهیم.

## 2. پیشینه پژوهش

برای انتخاب دیدگاه های نظری مرتبط برای توضیح تداوم استفاده از محیط های مجازی، و برای تأیید انتخاب متغیرهای مؤثر برای اندازه گیری تجربی آن، مروری زمینه محور را بر روی مجموعه منابع پژوهشی مربوط به رفتار پس از استفاده کاربران در محیط های مجازی انجام دادیم. بر اساس این مرور، مجموعه 9 مطالعه تجربی در جدول 1 خلاصه شده است.

جدول 1. مروری بر روی مطالعات مربوط به رفتار پس از استفاده در محیط های مجازی.

تمرکز	پیشینه نظری	متغیرهای اصلی	گروه هدف	نویسنده (ها)
همگون سازی محیط مجازی به عنوان یکی از عوامل	نظریه اقدام منطقی	نگرش، سهولت استفاده، فرحبخشی، حضور اجتماعی، رها	دانشجویان	شوارتز و همکاران (2012)

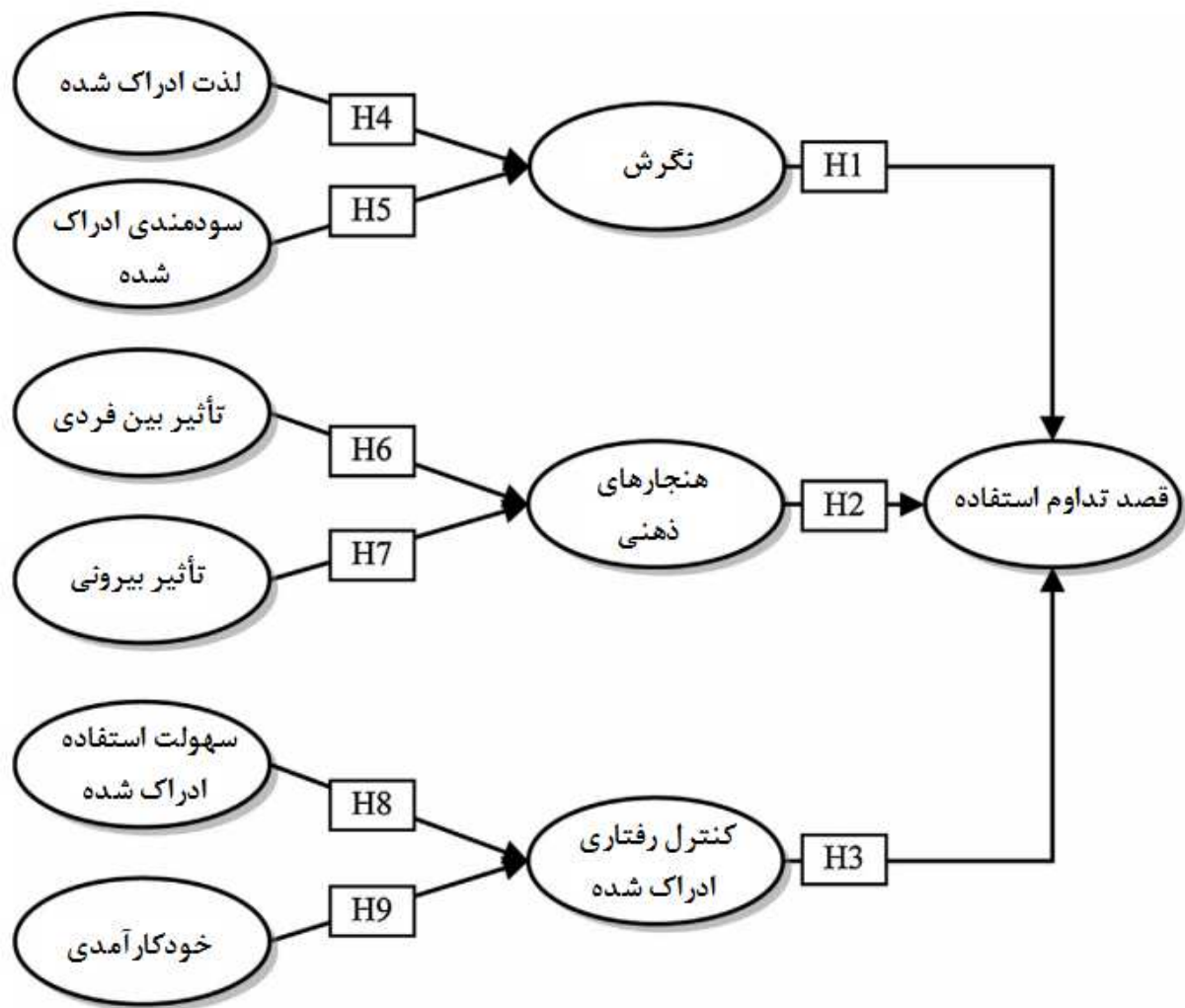
<sup>1</sup>بر اساس تعریف فیشبین و آیزن (1975)، از نیت رفتاری به عنوان عامل جانشین برای اندازه گیری رفتار واقعی استفاده می کنیم و آن را به عنوان قصد کاربران برای تداوم استفاده از یک محیط مجازی تعریف می کنیم که نمایانگر استفاده باشد.

		شدن از خود		پیش بینی کننده تداوم استفاده
مانتیمایکی و سالو (2011)	نوجوانان	لذت ادراک شده، سودمندی، فشار شبکه	مدل پذیرش تکنولوژی	تداوم استفاده از محیط مجازی و رفتار خرید
گول و همکاران (2011)	دانشجویان	جذب شناختی	نظریه بر هم کنش گرای تعلق به مکان	مشخصات محیطی محیط های مجازی و حضور پر رنگ کاربر
فایولا و همکاران (2013)	کاربران بزرگسال	جریان، حضور از راه دور	نظریه جریان	جریان و یادگیری در محیط های مجازی
نو و همکاران (2012)	کاربران بزرگسال	جذب شناختی، استفاده کاری، استفاده تفریحی	کاربر- تکنولوژی- شغل	تداوم استفاده از محیط های مجازی در محل کار
جونگ (2011)	کاربران بزرگسال	حضور از راه دور، حضور اجتماعی، استقلال ادراک شده	نظریه انتظار- تأیید	حس حضور و استقلال ادراک شده در محیط های مجازی
ژو و همکاران (2012)	کاربران بزرگسال	رضایت، تعهد عاطفی، تعهد حسابگرانه	چارچوب تعهد مستلزم فداکاری	رضایت و تعهد به عنوان عوامل تداوم استفاده از محیط

				مجازی
بارنز (2011)	کاربران بزرگسال	عادت، سودمندی ادراک شده، لذت	نظریه عادت	تأثیر عادت بر تداوم استفاده از محیط مجازی
گول و همکاران (2013)	کاربران بزرگسال	وری غوطه متمرکز، گسستگی زمانی، ادراک اجتماعی، آگاهی اجتماعی	مدل فضایی تعامل؛ نظریه توجه آگاهی	عوامل اجتماعی باقی ماندن کاربر در محیط های مجازی
مانتیمکی و ریمر (2014)	نوجوانان	لذت ادراک شده، سودمندی ادراک شده، حضور اجتماعی، منافع اعتباری بیرون از محیط مجازی، منابع ثانویه اطلاعات، اندازه شبکه ادراک شده	نظریه اقدام منطقی؛ نظریه استفاده و رضایتمندی	رضایت لذت جویانه، سودگرایانه و اجتماعی و آثار اجتماعی به عنوان عوامل قصد استفاده مستمر در محیط های مجازی

مطابق جدول 1، هیچ چارچوب نظری واحدی وجود ندارد که در پژوهش های مربوط به تداوم استفاده از محیط های مجازی غالب باشد (شوارتز و همکاران، 2012). البته این مرور نشان می دهد که تنها چند مطالعه به بررسی رفتار پس از استفاده در محیط های مجازی پرداخته اند و نقش باورهای ذهنی، آثار اجتماعی و قابلیت کنترل سیستم به صورت سیستمی بررسی نشده است. هرچند مطالعات موجود نشان دهنده گرایش های نظری

متنوعی هستند اما DTPB در این زمینه هنوز به صورت تجربی بررسی نشده است. به اعتقاد ما ساختار قانونی DTPB برای تغییر و گسترش متغیرهای برآمده از این مرور کاملاً مناسب است زیرا متغیرهایی کاربردی برای رسیدگی به انگیزه ها و اهداف مرتبط با استفاده کاربران ارائه می کند (بارنز، 2011؛ بیلیوکس و همکاران، 2013؛ مانتیماکی و اسلام، 2014؛ مانتیماکی و سالو، 2011؛ نوو، نوو و کیم، 2012؛ ژو، جین، ووگل، فانگ و چن، 2011). DTPB (تیلور و تاد، 1995الف، 1995ب) با پیشنهاد تفکیک نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده به باورهای ذهنی، هنجاری و کنترلی از نظریه رفتار برنامه ریزی شده (TPB) استفاده می کند (آیزن، 1991). نگرش به عنوان تابعی از باورهای شناختی در نظر گرفته می شود و به معنای «احساس مثبت یا منفی فرد (اثر برآوردی) درباره انجام رفتار مورد نظر» است (فیشبین و آیزن، 1975، ص 216). به طور مشابه، هنجار ذهنی نمایانگر آثار اجتماعی بر رفتار است و به معنای این برداشت است که آیا سایر افراد مهم برای یک فرد معتقدند که او باید رفتار خاصی را انجام بدهد یا خیر (فیشبین و آیزن، 1975). در نهایت، کنترل رفتاری ادراک شده محدودیت های رفتاری را در نظر می گیرد و به معنای «سهولت یا دشواری ادراک شده انجام یک رفتار است و فرض بر این است که تجربیات قبلی و نیز موانع پیش بینی شده را بازتاب می دهد» (آیزن، 1991، ص 188).



شکل 1. مدل فرضیات پژوهش

برای بررسی دقیق تر عوامل تشکیل دهنده کنترل رفتاری ادراک شده از روش تیلور و تاد (1995) استفاده می کنیم و کنترل رفتاری ادراک شده را به باورهای کنترلی تفکیک می کنیم. برای اندازه گیری ابعاد خاص قابلیت کنترل سیستم در محیط های مجازی از خودکارآمدی و سهولت استفاده ادراک شده به عنوان باورهای کنترلی استفاده می کنیم. خودکارآمدی به معنای میزان اعتماد به نفس فرد درباره توانایی خود برای انجام یک رفتار است (باندورا، 1977) و مدت ها است که به عنوان یکی از عوامل اصلی تعیین کننده کنترل رفتاری پیشنهاد می شود (هسیه و همکاران، 2008). ارتباط مثبت بین خودکارآمدی و کنترل رفتاری ادراک شده به طور گسترده در پژوهش های قبلی IS نیز تأیید شده است (هسیه و همکاران، 2008؛ لی و کوزار، 2008؛ تیلور و تاد، 1995).



بر اساس TPB، سادگی یا دشواری انجام یک رفتار یکی از اجزای مهم کنترل رفتاری ادراک شده است (آیزن، 1991). بنابراین این فرض که سهولت استفاده ادراک شده بر ادراک فرد از کنترل در استفاده از تکنولوژی تأثیرگذار است، موجه است (ماتیسون، 1991). در نتیجه، مطالعات قبلی IS با استفاده از منطق TPB، سهولت استفاده ادراک شده را با تعریفی مشابه تعریف این مقاله به عنوان میزان اعتقاد فرد به راحتی استفاده از یک سیستم خاص (دیویس، باگوتزی و وارشاو، 1989) و به عنوان یک باور کنترلی (براون و ونکاتش، 2005؛ هسیه و همکاران، 2008؛ پاولو و فیگنسون، 2006) در نظر گرفته اند. در مقابل، می توان انتظار داشت که خودکارآمدی و سهولت استفاده ادراک شده تأثیری مثبت بر کنترل رفتاری ادراک شده در محیط های مجازی داشته باشند و فرضیات زیر را در نظر گرفت:

H8. خودکارآمدی تأثیری مثبت بر کنترل رفتاری ادراک شده در استفاده از یک محیط مجازی دارد.

H9. سهولت استفاده ادراک شده تأثیری مثبت بر کنترل رفتاری ادراک شده در استفاده از یک محیط مجازی دارد.

#### 4. پژوهش تجربی

##### 1.4. جمع آوری داده ها

داده ها از طریق پیمایش آنلاینی بر روی کاربران فنلاندی هتل هابو جمع آوری شد. هتل هابو با 273 میلیون کاربر ثبت شده یکی از معروف ترین محیط های مجازی مختص نوجوانان است. در مجموع 8918 کاربر هتل هابو دعوت به مشارکت در پژوهش را پذیرفتند. از این تعداد 3265 کاربر پرسشنامه آنلاین را تکمیل کردند که نرخ پاسخگویی تقریبی برابر با 37٪ است. هیچ گونه مشوقی به پاسخ دهندگان ارائه نشد. برای اطمینان از حداکثر کیفیت ممکن پاسخ ها فقط پاسخ دهندگانی وارد تحلیل شدند که به تمام سوالات پاسخ داده بودند. از آنجایی که تمرکز ویژه ما بر روی نوجوانان است و 90٪ از کاربران هتل هابو بین 13 تا 18 سال سن دارند (شرکت سولاک، 2013) فقط پاسخ دهندگان این بازه سنی تحلیل شدند. پس از اعمال این معیارها نمونه نهایی مورد استفاده برای تحلیل ها شامل 921 پاسخ دهنده بود. جدول 2 وضعیت نمونه نهایی را از نظر جنسیت، سن و تجربه استفاده از هتل هابو نشان می دهد.

جدول 2. توزیع پاسخ دهندگان در نمونه (n = 923).

درصد	فراوانی	دسته
60.7	560	جنسیت زن
39.3	363	مرد
37.1	342	سن 13
28.4	262	14
16.2	150	15
10.1	93	16
4.7	43	17
3.6	33	18
6.5	60	تجربه 1 تا 6 ماه
5.7	53	6 تا 12 ماه
16.4	151	1 تا سال
16.6	153	2 تا 3 سال
20.0	185	3 تا 4 سال
18.4	170	4 تا 5 سال
16.4	151	بیش از 5 سال

#### 2.4. اندازه گیری

متغیرها با استفاده از مقیاس های چند آیتمی 7 نقطه ای لیکرت اندازه گیری شدند. برای اطمینان از روایی و پایایی اندازه گیری، از مقیاس های موجود در منابع IS استفاده شد. با توجه به این که تمام متغیرها روان شناختی بودند از اندازه گیری بازتابی استفاده شد. آیتم های اندازه گیری به همراه منابع مربوطه در جدول 3 نشان داده شده است. با توجه به این که اکثر پاسخ دهندگان نوجوان بودند و به دلیل رعایت حُسن اخلاق

پژوهشی، اطلاعات شخصی قابل شناسایی (مثل نام کاربری) جمع آوری نشد که این کار نیاز به تأیید والدین را برطرف کرد. داده ها با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) و از طریق نرم افزار آموس 21 تحلیل شد. به جای روش مؤلفه محور روش مبتنی بر کوواریانس انتخاب شد زیرا می خواستیم مدل پژوهش را از نظر قدرت پیش بینی و تناسب با داده های تجربی بررسی کنیم. از برآورد حداکثر درستنمایی استفاده شد زیرا توانایی این روش در ارائه نتایج قابل اطمینان در نمونه های بزرگ و اعتبار آن در هنگام نقض وضعیت نرمال چندمتغیره اثبات شده است. نیکویی برازش مدل اندازه گیری با استفاده از مقادیر آستانه ای رایج (TLI؛ GFI؛  $CFI > 0.90$ ؛  $SRMR < 0.08$ ؛  $RMSEA < 0.08$ ) بررسی شد (به مقالات باگوتزی و یی، 2012؛ هو و بنتلر، 1999). این شاخص ها نشان دهنده نیکویی برازش مدل است ( $GFI = 0.90$ ؛  $TLI = 0.95$ ؛  $CFI = 0.96$ ؛  $SRMR = 0.050$ ؛  $RMSEA = 0.052$ ).

روایی همگرا با محاسبه و بررسی شاخص بارهای عاملی، پایایی مرکب و واریانس میانگین استخراج شده (AVE) بررسی شد. روایی همگرا تأیید شد زیرا تمام بارهای عاملی بیش از 0.70 بودند. پایایی مرکب از مقدار 0.80 بیشتر بود و مقدار AVE ها بالاتر از 0.50 بود (فورنل و لارکر، 1981). جدول 4 آزمون های مربوط به روایی همگرا را نشان می دهد.

برای بررسی روایی افتراقی، این موضوع را بررسی کردیم که آیا مقدار AVE مربوط به هر متغیر بزرگ تر از مجذور همبستگی بین آن متغیر و تمام متغیرهای دیگر است یا خیر (جدول 5) (فورنل و لارکر، 1981). این معیار برای روایی افتراقی محقق شد. برای بررسی بیشتر روایی افتراقی بارهای متقاطع آیتم ها را بررسی کردیم.<sup>۲</sup> بار عاملی هر آیتم بر روی متغیر متناظر خود بزرگ تر از بار آن روی تمام متغیرهای دیگر بود که تأیید دیگری برای روایی افتراقی فراهم می کند (فورنل و لارکر، 1981).

جدول 3. متغیرها و آیتم ها.

متغیر آیتم	منابع
نگرش (ATT)	

<sup>۲</sup>ماتریس همبستگی سطح آیتم در بخش پیوست ارائه شده است.

تمام موارد در نظر گرفته شده با استفاده از <نام محیط مجازی> ...

(آیزن، 1991)

ATT بسیار بد ... خوب است

1

ATT بسیار ناراضی کننده ... رضایتبخش است

2

ATT بسیار ناخوشایند ... خوشایند است

3

ATT بسیار آزاردهنده ... لذتبخش است

4

سودمندی ادراک شده (PU)

استفاده از <نام محیط مجازی> ...

(دیویس و همکاران،

PU1 به من کمک می کند تا با دوستانم ارتباط نزدیک داشته باشم

1992)

PU2 به من کمک می کند تا با افرادی که می شناسم ارتباط نزدیک داشته باشم

PU3 به من کمک می کند تا بهتر دوست پیدا کنم

PU4 برای ارتباطات من مفید است

لذت ادراک شده (ENJ)

(دیویس و همکاران،

ENJ استفاده از <نام محیط مجازی> لذتبخش است

1992)

1

ENJ استفاده از <نام محیط مجازی> جالب است

2

ENJ استفاده از <نام محیط مجازی> سرگرم کننده است

3

هنجارهای ذهنی (SN)

SN1 افرادی که از آن ها الهام می گیرم اعتقاد دارند باید از <نام محیط مجازی> (آیزن، 1991)

مجازی<استفاده کنم

SN2 افرادی که برای من اهمیت دارند معتقدند که باید از <نام محیط مجازی> استفاده

کنم

SN3 افرادی که برای من مهم هستند از <نام محیط مجازی> استفاده می کنند

تأثیر بین فردی (INT)

INT خانواده ام معتقدند که باید از <نام محیط مجازی> استفاده کنم (آیزن، 1991؛ باتاچرجی،

1

2000؛ هسیه و همکاران،

(2008

INT دوستان من معتقدند که باید از <نام محیط مجازی> استفاده کنم

2

INT افرادی که با آن ها ارتباط دارم اغلب فکر می کنند که باید از <نام محیط

3

مجازی> استفاده کنم

INT خویشاوندان من معتقدند که باید از <نام محیط مجازی> استفاده کنم

4

تأثیر بیرونی (EXT)

EXT احساس می کنم رسانه ها و تبلیغات برای استفاده از <نام محیط مجازی> من را (باتاچرجی، 2000)

1

تحت فشار می گذارند

EXT احساس می کنم رسانه ها و تبلیغات برای استفاده از <نام محیط مجازی> من را

2

تشویق می کنند

EXT احساس می کنم رسانه ها و تبلیغات من را به استفاده از <نام محیط

3

مجازی> متقاعد کرده اند

کنترل رفتاری ادراک شده (PBC)

PBC من منابع، دانش و توانایی استفاده از <نام محیط مجازی> را دارم (آیزن، 1991؛ تیلور و تاد،

1

1995الف)

PBC می توانم از <نام محیط مجازی> استفاده کنم

2

PBC نحوه استفاده از <نام محیط مجازی> را می دانم

3

PBC استفاده از <نام محیط مجازی> کاملاً تحت کنترل من است

4

خودکارآمدی (SE)

SE1 وقتی به تنهایی از <نام محیط مجازی> استفاده می کنم راحت هستم (تیلور و تاد، 1995الف)

SE2 خودم به سادگی می توانم در <نام محیط مجازی> فعالیت کنم

SE3 حتی وقتی هیچ کسی نیست که نحوه استفاده از <نام محیط مجازی> را به من

بگویند به راحتی از آن استفاده می کنم

سهولت استفاده ادراک شده (PEOU)

PEO استفاده از <نام محیط مجازی> برای برقرار ارتباط با دیگران مشخص و قابل فهم (دیویس، 1989؛ دیویس و

U1 است

همکاران، 1989)

PEO جستجو در منوها و نوار ابزارها در <نام محیط مجازی> ساده است.

U2

PEO یادگیری نحوه استفاده تمام کارکردهای ارائه شده در <نام محیط مجازی> ساده

U3

است.

قصد تداوم استفاده (CUI)

CUI قصد دارم در طول سه ماه آینده به استفاده از <نام محیط مجازی> ادامه بدهم (آیزن، 1991؛ تیلور و تاد،

1

1995الف)

CUI قصد دارم در طول سه ماه آینده به استفاده مکرر از <نام محیط مجازی> ادامه

2

بدهم

### 3.4. نتایج

نتایج تحلیل در شکل 2 ارائه شده است.

مشخص شد که تناسب مدل ساختاری با داده ها مناسب است ( $GFI = 0.90$ ؛  $CFI = 0.95$ ؛  $TLI = 0.95$ ؛  $SRMR = 0.071$ ؛  $RMSEA = 0.057$ ). به طور کلی، نتایج هر 9 فرضیه ما را تأیید می کنند. اما در مورد فرضیه H5 که مربوط به تأثیر سودمندی ادراک شده بر نگرش است ضریب مسیر استاندارد ضعیف است و در نتیجه میزان تأثیر اندک است. علاوه بر این، تأثیر بر سودمندی ادراک شده در میان پاسخ دهندگان زن یا در میان کاربرانی با سطوح تجربه متفاوت معنادار نبود. جدول 6 دستاوردهای نتایج را برای آزمون فرض ما نشان می دهد.

ارزش پیش بینی مدل ساختاری قوی تر بود. میزان واریانس تبیین شده از سوی مدل در قصد تداوم استفاده (45.7٪) از به کارگیری و بررسی بیشتر سه متغیر اصلی DTPB در محیط های مجازی و در میان کاربران نوجوان پشتیبانی می کند. نگرش قوی ترین عامل پیش بینی کننده قصد تداوم استفاده بود و پس از آن عوامل کنترل رفتاری ادراک شده و هنجارهای ذهنی قرار می گیرند. باورهای انتخاب شده 54.2٪ از واریانس نگرش، 73.8٪ از واریانس کنترل رفتاری ادراک شده و 66.5٪ از واریانس هنجارهای ذهنی را تبیین کردند. این یافته ها نیز قدرت پیش بینی باورهای تفکیک شده پیشنهادی در محیط های مجازی را تأیید می کنند.

برای اعتبارسنجی نتایج خود و برای از بین بردن سوگیری ناشی از روش یکسان (CMB) از تکنیک متغیر ممیز استفاده کردیم. برای محاسبه همبستگی های سازگار با CMB از معادلات مالوترا، کیم و پاتیل (2006) استفاده کردیم. نتایج سازگار با CMB با داده های اصلی همخوانی داشتند؛ نتایج مربوط به روابط فرض شده باقی ماندند و بخش اندکی از نتایج  $R^2$  حذف شد. این نتیجه نشان داد که CMB احتمالاً بر نتایج تأثیرگذار نیست.

جدول 4. آماره های میانگین، انحراف معیار، بار آیتم ها و پایایی

	میانگین	انحراف معیار	بار	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ	AVE
ATT1	5.002	1.669	0.860	0.936	0.935	0.758
ATT2	4.447	1.601	0.859			
ATT3	5.078	1.685	0.927			
ATT4	5.113	1.716	0.894			
PU1	4.650	2.153	0.877	0.929	0.931	0.754
PU2	4.573	2.158	0.888			
PU3	4.844	2.052	0.865			
PU4	4.571	2.144	0.870			
ENJ1	5.014	1.717	0.885	0.937	0.936	0.714
ENJ2	5.573	1.590	0.921			
ENJ3	5.411	1.614	0.931			
SN1	3.422	2.076	0.905	0.916	0.911	0.702
SN2	3.247	2.011	0.949			
SN3	3.451	2.056	0.798			
EXT1	2.847	2.087	0.863	0.882	0.878	0.682
EXT2	3.316	2.127	0.787			
EXT3	3.110	2.147	0.883			
INT1	3.029	1.852	0.937	0.895	0.920	0.722
INT2	3.295	2.076	0.790			
INT3	3.487	2.097	0.780			
INT4	2.955	1.833	0.944			
PBC1	5.856	1.630	0.705	0.923	0.912	0.751
PBC2	6.403	1.266	0.961			
PBC3	6.430	1.254	0.971			
PBC4	6.156	1.406	0.805			
SE1	6.320	0.375	0.925	0.946	0.946	0.719
SE2	6.344	1.316	0.950			
SE3	6.313	1.371	0.897			
PEOU1	5.863	1.616	0.898	0.909	0.908	0.697
PEOU2	5.806	1.699	0.876			
PEOU3	5.934	1.606	0.855			
CUI1	5.483	1.895	0.854	0.908	0.906	0.697
CUI2	4.897	2.116	0.878			
CUI3	5.274	1.946	0.895			

جدول 5. مجذور همبستگی بین متغیرهای مکنون (اعداد روی قطر اصلی مقادیر AVE ها هستند)

	ATT	CUI	ENJ	EXT	PBC	PEOU	INT	SE	SN	PU
ATT	0.758									
CUI	0.298	0.697								
ENJ	0.514	0.546	0.714							
EXT	0.114	0.065	0.104	0.682						
PBC	0.066	0.203	0.154	0.001	0.751					
PEOU	0.203	0.348	0.371	0.028	0.480	0.697				
INT	0.159	0.167	0.216	0.350	0.015	0.060	0.722			
SE	0.041	0.172	0.116	0.000	0.686	0.401	0.006	0.719		
SN	0.228	0.205	0.282	0.388	0.015	0.093	0.604	0.004	0.702	
PU	0.336	0.359	0.545	0.223	0.078	0.171	0.350	0.047	0.410	0.754

برای بررسی بیشتر این موضوع که آیا TPB، نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر باورها بر متغیر وابسته (قصد تداوم استفاده) را تعدیل می کند یا خیر از تحلیل بارون و کنی (1986) به منظور بررسی اثر تعدیلی در میان متغیرهای مکنون خود استفاده کردیم. در این آزمون، متغیرهای مستقل باید بخش عمده تغییرات را در تعدیل کننده های فرض شده تشکیل بدهند. دوم این که تعدیل کننده ها باید بر متغیر وابسته تأثیر بگذارند. سوم این که باید مشخص شود که متغیر مستقل بر متغیر وابسته تأثیرگذار است. اگر تمام این شرایط در جهت پیش بینی شده محقق شود با اضافه شدن متغیرهای تعدیل کننده به مدل، تعدیل وقتی رخ می دهد که تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته کاهش پیدا کند. این آزمون، تعدیل در تمام مسیرها را تأیید کرد به جز مسیر لذت ادراک شده به قصد تداوم استفاده. این نتیجه با اطلاعات قبلی درباره تأثیر باورهای رفتاری بر



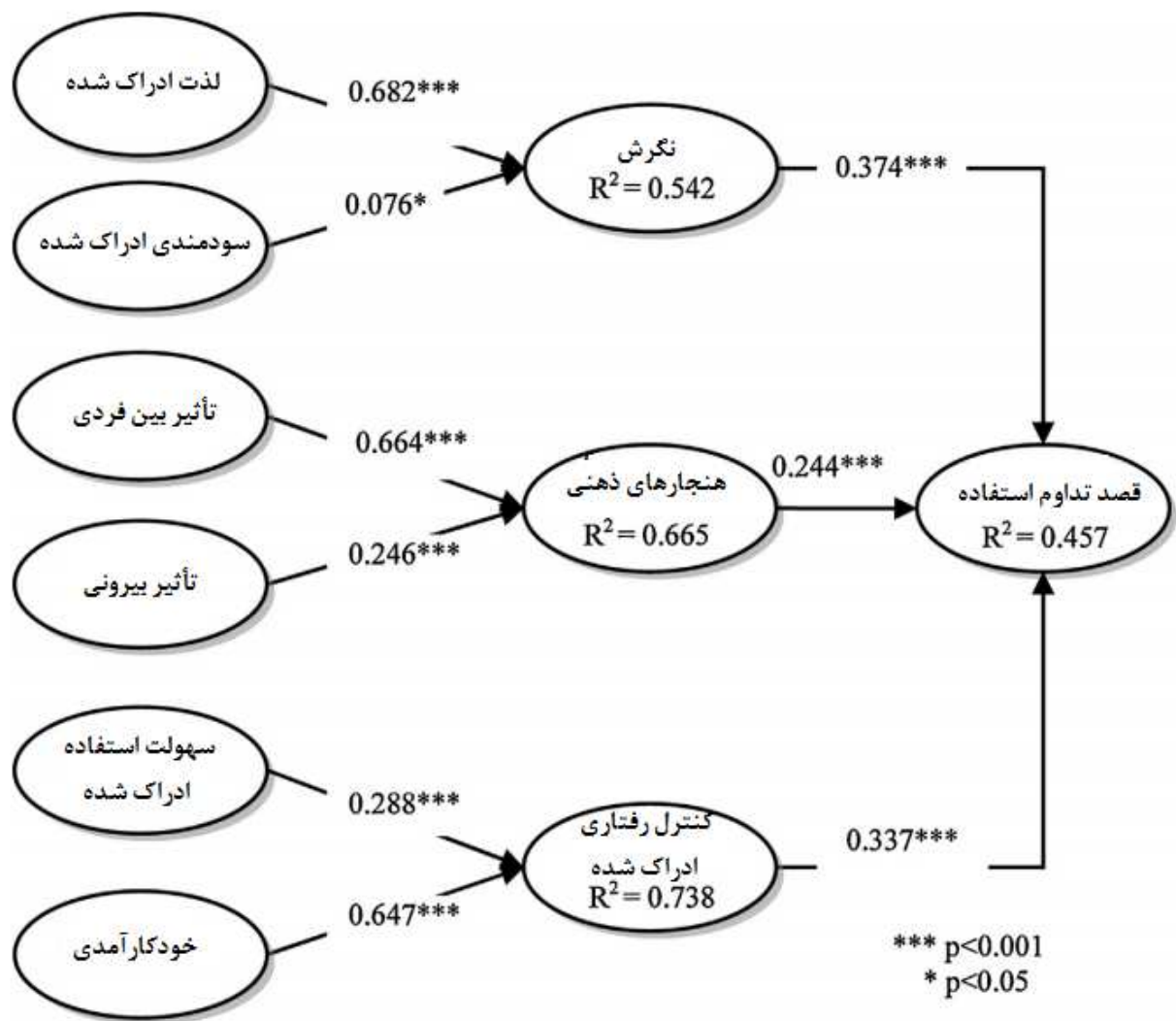
قصد رفتاری که به طور گسترده در مطالعات قبلی (که از TPB استفاده کرده اند) ارائه شده است همخوانی دارد (به مقاله تیلور و تاد، 1995 ب مراجعه شود).

در نهایت، آثار تعدیلی احتمالی جنسیت، سن و میزان تجربه حضور در محیط های مجازی را در روابط در نظر گرفته شده بررسی کردیم. با تقسیم نمونه به دو زیرگروه و استفاده از آزمون تفاوت کای دو برای اثبات وجود تفاوت های بین گروهی از روش ارائه شده جورسکوگ و سوربوم (1993) استفاده کردیم. در مورد تجربه و سن، از مقادیر میانگین برای تقسیم داده ها به دو زیرگروه استفاده شد. تحلیل نشان داد که ایجاد هنجار ذهنی تحت تأثیر تجربه است به طوری که در میان پاسخ دهندگان باتجربه تر تأثیر بین فردی به طور مشخص مهم تر از تأثیر بیرونی است. اما در میان پاسخ دهندگان کم تجربه تر، تأثیر بین فردی و تأثیر بیرونی به یک اندازه بر هنجار ذهنی اثرگذار هستند. نتایج بررسی مدل با زیرگروه های مختلف و آثار تعدیلی شناسایی شده در جدول 7 نشان داده شده است.

## 5. بحث و نتیجه گیری

هدف ما بررسی نحوه و گستره پیش بینی قصد کاربران برای حفظ فعالیت در محیط های مجازی از طریق باورهای نگرشی، تأثیر اجتماعی و کنترل رفتاری ادراک شده بود. برای تحقق این هدف از DTPB استفاده کردیم تا مدل پژوهشی یکپارچه ای را طراحی کنیم و با در نظر گرفتن برداشت و نیت کاربران محیط های مجازی، تحلیلی در مورد داده های تجربی در مقیاس بزرگ انجام دهیم. بنابراین این مطالعه با وارد کردن DTPB و بررسی تجربی آن در تبیین تصمیم گیری کاربران به پژوهش های مربوط به سایر محیط های مجازی کمک می کند.

شکل 2. مدل ساختاری مطالعه و نتایج تحلیل.



جدول 6. خلاصه آزمون فرضیات.

نتیجه	فرضیات
تأیید	H1: نگرش → قصد تداوم استفاده (+)
تأیید	H2: کنترل رفتاری ادراک شده → قصد تداوم استفاده (+)
تأیید	H3: هنجارهای ذهنی → قصد تداوم استفاده (+)
تأیید	H4: لذت ادراک شده → نگرش به استفاده از یک محیط مجازی (+)
تأیید	H5: سودمندی ادراک شده → نگرش به استفاده از یک محیط مجازی (+)
تأیید	H6: تأثیر بین فردی → هنجارهای ذهنی (+)

H7: تأثیر بیرونی هنجارهای ذهنی (+) تأیید

H8: سهولت استفاده ادراک شده کنترل رفتاری ادراک شده (+) تأیید

H9: خودکارآمدی کنترل رفتاری ادراک شده (+) تأیید

نتایج نشان داد که تمام مؤلفه های اصلی رفتار برنامه ریزی شده، نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری ادراک شده تأثیر مستقیم و معناداری بر قصد تداوم استفاده در یک محیط مجازی مختص نوجوانان دارند. به طور خاص، نتایج اهمیت نگرش و کنترل رفتاری ادراک شده را به عنوان عوامل اصلی تعیین کننده قصد تداوم استفاده از محیط مجازی اثبات می کند.

جدول 7. آزمون آثار تعدیلی: جنسیت و تجربه (تفاوت های معنادار به صورت پر رنگ نشان داده شده است).

زیرگروه	جنسیت	تجربه			سن	
		مؤنث ( $R^2$ 41.1%)	مذکر ( $R^2$ 51.8%)	۱ ماه تا ۳ سال ( $R^2$ 40.9%)	بیش از ۳ سال ( $R^2$ 42.9%)	13 & 14 ( $R^2$ 45.3%)
ATT → CUI	0.391***	0.332***	<b>0.284***</b>	<b>0.404***</b>	0.421***	0.288***
SN → CUI	0.230***	0.255***	0.253***	0.210***	0.223***	0.275***
PBC → CUI	0.304***	0.396***	0.357***	0.320***	0.311***	0.392***
PU → ATT	غیر معنادار	<b>0.152**</b>	غیر معنادار	غیر معنادار	0.109*	غیر معنادار
ENJ → ATT	0.679***	0.665***	0.696***	0.676***	0.659***	0.688***
INT → SN	0.711***	0.521***	0.480***	0.594***	0.541***	0.694***
EXT → SN	0.153***	0.395***	0.470***	0.238***	0.299***	0.245***
PEOU → PBC	<b>0.252***</b>	<b>0.313***</b>	<b>0.549***</b>	<b>0.184***</b>	0.298***	0.265***
SE → PBC	<b>0.697***</b>	<b>0.615***</b>	<b>0.391***</b>	<b>0.751***</b>	0.620***	0.691***

علاوه بر این، تمام باورهای تفکیک شده به استثنای سودمندی ادراک شده به طور مشخص متغیرهای درونزای خود را تقویت می کنند. انگیزه درونی، مرجع ها و خودکارآمدی آثار بسیار زیادی بر متغیرهای درونزای مربوط به خود دارند و در نتیجه می توان آن ها را به عنوان عوامل تعیین کننده غیر مستقیم قصد تداوم استفاده نامید. وقتی محیط مجازی لذتبخش و استفاده از آن راحت است و نظر دوستان و سایر مراجع نیز این دیدگاه را تأیید می کند، به نظر نمی رسد که کیفیت مطلوبیت جزء متغیرهای اصلی مؤثر بر باورهای کلیدی باشد که از تداوم استفاده از محیط مجازی پشتیبانی می کنند. با توجه به این که بسیاری از سرویس های آنلاین اجتماعی مشخصات مشابهی دارند این نتیجه اطلاعات مفیدی فراتر از حوزه محیط های مجازی برای توسعه دهندگان سرویس های آنلاین فراهم می کند.

1.5. دستاوردهای نظری

این مطالعه در دو حوزه مهم بر نظریات رایج استفاده از IS تأثیر می گذارد: انطباق پذیری نظریات موجود با محیط ها که به طور کلی به پیش بینی تداوم استفاده از IS می پردازند (هونگ، چان، تانگ، چاسالوف و دیلون، 2014) و رفتار کاربران در محیط های مجازی پس از استفاده (گول، جانسون، جونگلاس و ایوس، 2013؛ مریکیوی، ورهاگن و فلدبرگ، 2013؛ ورهاگن و همکاران، 2012؛ ژو، فانگ، ووگل، جین و ژانگ، 2012). مطالعه ما نشان می دهد که با استفاده از DTPB (در صورت تغییر آن متناسب با زمینه) می توان تا حد زیادی به پیش بینی قصد کاربران برای تداوم استفاده از محیط های مجازی پرداخت. DTPB به عنوان روشی فراگیر در معرض تغییرات است (به مقاله مریکیوی و همکاران، 2013 رجوع شود) زیرا استفاده از آن شناخت ما را از ساختار باورها در سطوح مختلف انتزاع افزایش میدهد (به مقاله تیلور و تاد، 1995 الرجوع شود). به طور کلی، این مطالعه قابلیت کاربرد نظریات و مفاهیم موجود IS را نشان می دهد که به عنوان معیاری برای شناخت عمیق از تداوم استفاده از محیط های مجازی مختص نوجوانان عمل می کنند.

مطالعه ما با توجه به رفتار پس از استفاده بر اهمیت کنترل رفتاری ادراک شده (که قطعاً با قابلیت کنترل سیستم ارتباط دارد) تأکید می کند. سهولت استفاده ادراک شده و سرویس آنلاین و خودکارآمدی نقش مهمی در این محیط ایفا می کنند. این یافته از این حیث بسیار جالب است که پاسخ دهندگان ما جزء کاربران باتجربه محیط مجازی بودند و با فناوری اطلاعات بزرگ شده بودند (پالفری و گاسر، 2008 را مشاهده کنید) و گردانندگان محیط مجازی توجه زیادی به طراحی مکانیزم های جستجوی کاربرپسند و واسط های کاربر برای حفظ کاربر داشته اند (گول و همکاران، 2011).

یافته های ما بر اعتماد کاربران به فعالیت در محیط های اجتماعی دائماً در حال تکامل به عنوان یکی از اجزای اصلی تجربه کاربر در محیط های مجازی تأکید می کند. خودکارآمدی در مقایسه با عقلانیت فنی تأثیر بیشتری در جلب اعتماد کاربران به فعالیت در محیط مجازی دارد زیرا این عامل عناصر کنترلی بیشتری از تجربه کاربری نظیر فعالیت سایر کاربران را در بر می گیرد. بر اساس یافته های باومیستر و لیری (1995) درباره اهمیت احساس تعلق و تناسب در گروه همتایان، یافته های ما تأیید می کنند که نوجوانان با مشارکت در فعالیت هایی مشابه با فعالیت همتایان خود از فعالیت های یک گروه خاص پیروی خواهند کرد. در مجموع، تأثیر بین فردی و هنجارهای ذهنی بر ماهیت محیط های مجازی به عنوان سیستم های اجتماعی که در آن حس تعلق جزء عوامل

اصلی مؤثر بر قصد تداوم استفاده است تأکید می کنند. این نتیجه آن قدر عمومی است که می توان گفت در میان فرهنگ ها و گروه های جمعیتی قابل تعمیم است.

## 2.5. دستاوردهای عملی

یافته های ما در مورد کاهش شدید تعداد کاربران فعال سه پیشنهاد عملی برای گردانندگان سرویس محیط های مجازی دارد. اول این که تسهیل فعالیت های لذتبخش مرتبط با اهداف غیر اصلی از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا مشارکت کاربر را افزایش می دهد. برای مثال، هتل ها به خاطر مشارکت مستمر و انجام بازی به کاربران خود پول مجازی جایزه می دهد. کاربران با این پول می توانند اقلام مجازی خریداری کنند که وضعیت کاربر را در محیط هتل ها و در زندگی واقعی ارتقا می دهند. بنابراین انجام بازی در هتل ها می تواند ابزاری برای تحقق هدف غیر اصلی بهبود وضعیت اجتماعی باشد، همچنین نشان می دهد که در برخی شرایط انگیزه های بیرونی می توانند توجه بیشتر را تضمین کنند.

دوم این که گردانندگان محیط مجازی برای کمک به تأثیر اجتماعی کاربران مهم (یکی از عوامل مهم رفتار) (اسپرو، 2004) می توانند ویژگی هایی را پیاده سازی کنند که ابزارهایی برای جمع آوری اطلاعات درباره باورها و ارزش های کاربران دیگر را در اختیار کاربران بگذارد (مثل صفحه علایق و عدم علایق، پروفایل کاربران، صفحه امتیازات). توابعی که به طور خودکار پروفایل کاربران را بر اساس رفتار کاربری و اولویت ها آن ها به روز می کنند می توانند به ایجاد پیوند بین کاربران محیط مجازی کمک کنند و در نتیجه حس جمعی را در میان کاربران فعال افزایش بدهند.

در نهایت، کاربران می خواهند برای کنترل کردن محیط های مجازی زمان صرف کنند تا زمانی که این کار به طور جدی مانع از پرداختن به خود فعالیت نشود. بنابراین ارائه حس «تحت کنترل بودن» به کاربران محیط مجازی را باید به عنوان یکی از اصول مهم طراحی برای گردانندگان محیط مجازی در نظر گرفت. با توجه به اهمیت خودکارآمدی نسبت به سهولت استفاده، پیشنهاد می کنیم که کاربران برای استفاده از ویژگی های اجتماعی توانمند شوند که احساس راحتی برای آن ها فراهم می کند نه آن ویژگی هایی که استفاده از محیط مجازی را برای آن ها تسهیل می کند. طراحان برای حفظ برداشت کاربران درباره خودکارآمدی باید از ایجاد

تغییرات بنیادین در هنگام اضافه کردن ویژگی‌های جدید در محیط‌های مجازی (که هم اکنون در حال استفاده هستند) خودداری کنند.

### 3.5. محدودیت‌ها و مسیر پژوهش‌های بیشتر

مطالعه ما چند محدودیت دارد. یکی از محدودیت‌های این مطالعه این است که جمع‌آوری داده‌ها محدود به کاربران یک محیط مجازی در یک کشور است بنابراین یافته‌های خود را در میان مرزهای فرهنگی یا جغرافیایی مقایسه نکردیم. برای بررسی این موضوع که آیا نتایج برای محیط‌های مجازی دیگر و در سایر فرهنگ‌ها معتبر است یا خیر به پژوهش‌های بیشتری نیاز است. علاوه بر این، از آنجایی که تمام پاسخ‌دهندگان مطالعه ما نوجوان بودند در هنگام در نظر گرفتن کاربران در سایر دسته‌های سنی باید با احتیاط یافته‌ارائه شده در این مقاله را تفسیر کرد. بنابراین برای افزایش قابلیت تعمیم‌پذیری نتایج، پژوهش‌های بین‌زمینه‌ای (هونگ و همکاران، 2014) را پیشنهاد می‌کنیم. در نهایت، از آنجایی که مطالعه پیش‌رو بازه کوتاه مدتی از قصد تداوم استفاده را اندازه‌گیری کرد برای تعیین اعتبار مدل پیشنهادی و یافته‌ها در طول زمان باید اقدامات پژوهشی طولی انجام شود.

مطالعه ما چند مسیر را برای پژوهش‌های بیشتر ایجاد می‌کند. تمرکز این مقاله بر یکی از جنبه‌های رفتار پس از استفاده یعنی قصد کاربر برای تداوم استفاده از محیط مجازی بود. اما سایر رفتارهای مهم پس از استفاده از محیط مجازی نظیر رفتار تبلیغ دهان به دهان و خرید مجدد نیز می‌توانند اهمیت زیادی داشته باشند و در آینده باید مورد بررسی قرار بگیرند (انیمش، پینسونو، یانگ و اوه، 2011؛ کیم و سان، 2009). همچنین معتقدیم که باز کردن متغیر مراجع اطلاعات ارزشمندی درباره تأثیر اجتماعی دوستان «مجازی» در مقایسه با دوستان «واقعی» در محیط عمومی سیستم‌های اجتماعی مبتنی بر IT فراهم می‌کند. در ارتباط با نقش و ماهیت تأثیر اجتماعی (ورای فشار هنجاری) احتمالاً تعداد زیادی از کاربران و کاربران درون حلقه اجتماعی فرد با هیجان بیشتری در محیط‌های مجازی تعامل و ارتباط برقرار می‌کنند. بنابراین این تأثیر اطلاعاتی (که داچ و جرارد (1955) آن را به عنوان «تأثیرگذاری در جهت پذیرش اطلاعات از افراد دیگر به عنوان شواهد مربوط به واقعیت» تعریف می‌کنند (ص 629)) می‌تواند بر حسب اندازه محیط مجازی متفاوت باشد. به طور خلاصه،

پژوهش های بیشتر می توانند تأثیر هنجاری و اطلاعاتی را به صورت تجربی تفکیک کنند و بررسی دقیق میزان تأثیرگذاری حضور سایر کاربران (آشنا و ناآشنا) بر تصمیم کاربران در مورد تداوم استفاده از محیط مجازی را تسهیل می کند.

این مطالعه نشان داد که قطعاً می توان نظریات و مفاهیم موجود را برای تبیین مشخصات زمینه ای انواع «جدید» استفاده از IT از سوی نوجوانان تغییر داد. نتایج ما مبنای تجربی معتبری برای این ادعا فراهم می کند که پژوهش های IS ابزارهایی برای تبیین نیات و رفتار کاربران در ارتباط با تداوم استفاده از محیط های مجازی دارند. اما در عین حال بخش قابل توجهی از واریانس متغیرهای درونزای ما تبیین نشده باقی ماندند. این موضوع فرصت بزرگی برای پژوهش های آتی فراهم می کند تا به تدوین متغیرها، مدل ها و نظریات جدید بپردازند. بنابراین پیشنهاد می کنیم برای تمرکز بر دو حوزه مختص محیط های مجازی (مفهوم و ابعاد حضور و پذیرش مدل های درآمدی مختلف از سوی کاربران) پژوهش های بیشتری انجام شود.

اول این که با توجه به وسعت مفهومی حضور و ارتباط بین حضور اجتماعی، حضور از راه دور و حضور متقابل (لومبارد و دیتون، 1997)، پژوهش های بیشتر که به بررسی روابط متقابل میان حضور، انگیزه، تأثیر اجتماعی و قابلیت کنترل سیستم می پردازند شناخت ما از تحولات اجتماعی و تجربه کاربر در محیط های مجازی را افزایش می دهند. دوم این که محیط های مجازی از روش های مختلفی برای کسب درآمد از کاربران استفاده می کنند از جمله هزینه دسترسی یا اشتراک حساب های ویژه. احتمالاً هزینه ادراک شده و هزینه واقعی تداوم استفاده یکی از متغیرهای قابل توجهی است که رفتار پس از استفاده از محیط های مجازی را تعیین می کنند. بنابراین از پژوهش های آتی درخواست می کنیم که به بررسی نقش مدل های هزینه و درآمد در تداوم استفاده از محیط مجازی بپردازند.

منابع

---

ضمیمه الف) ماتریس همبستگی سطح آیتم

	INT	CUI	PEOU	SE	PBC	EXT	SN	ENJ	PU	ATT
ATT1	0.343	0.470	0.387	0.175	0.222	0.290	0.407	0.616	0.499	<b>0.860</b>
ATT2	0.343	0.469	0.387	0.174	0.222	0.290	0.407	0.615	0.498	<b>0.859</b>
ATT3	0.370	0.507	0.418	0.188	0.239	0.313	0.439	0.665	0.538	<b>0.927</b>
ATT4	0.357	0.488	0.403	0.182	0.231	0.302	0.424	0.641	0.519	<b>0.894</b>
PU1	0.467	0.525	0.421	0.189	0.249	0.415	0.558	0.648	<b>0.877</b>	0.509
PU2	0.472	0.531	0.426	0.191	0.252	0.419	0.565	0.655	<b>0.888</b>	0.515
PU3	0.460	0.518	0.415	0.186	0.245	0.409	0.550	0.638	<b>0.865</b>	0.502
PU4	0.463	0.521	0.418	0.188	0.247	0.411	0.553	0.642	<b>0.870</b>	0.505
ENJ1	0.412	0.654	0.539	0.302	0.368	0.286	0.468	<b>0.885</b>	0.654	0.635
ENJ2	0.428	0.681	0.561	0.314	0.383	0.297	0.487	<b>0.921</b>	0.680	0.660
ENJ3	0.433	0.689	0.567	0.318	0.387	0.301	0.492	<b>0.931</b>	0.688	0.668
SN1	0.703	0.410	0.274	0.061	0.110	0.564	<b>0.905</b>	0.479	0.576	0.429
SN2	0.737	0.430	0.288	0.064	0.116	0.592	<b>0.949</b>	0.502	0.604	0.450
SN3	0.620	0.362	0.242	0.054	0.097	0.497	<b>0.798</b>	0.422	0.508	0.378
EXT1	0.511	0.219	0.145	-0.009	0.034	<b>0.863</b>	0.538	0.278	0.408	0.291
EXT2	0.466	0.200	0.133	-0.008	0.031	<b>0.787</b>	0.490	0.254	0.372	0.265
EXT3	0.523	0.224	0.149	-0.009	0.035	<b>0.883</b>	0.551	0.285	0.417	0.298
PBC1	0.072	0.317	0.489	0.584	<b>0.705</b>	0.028	0.086	0.293	0.200	0.182
PBC2	0.099	0.432	0.666	0.796	<b>0.961</b>	0.038	0.117	0.399	0.273	0.248
PBC3	0.100	0.436	0.673	0.804	<b>0.971</b>	0.038	0.118	0.403	0.275	0.251
PBC4	0.083	0.362	0.558	0.667	<b>0.805</b>	0.031	0.098	0.335	0.228	0.208
SE1	0.071	0.384	0.586	<b>0.925</b>	0.766	-0.009	0.062	0.316	0.200	0.188
SE2	0.073	0.395	0.602	<b>0.950</b>	0.787	-0.009	0.064	0.324	0.205	0.193
SE3	0.069	0.373	0.568	<b>0.897</b>	0.743	-0.009	0.061	0.306	0.194	0.182
PEOU1	0.209	0.505	<b>0.855</b>	0.541	0.593	0.144	0.259	0.521	0.411	0.385
PEOU2	0.215	0.517	<b>0.876</b>	0.554	0.607	0.148	0.265	0.533	0.421	0.395
PEOU3	0.220	0.530	<b>0.898</b>	0.569	0.623	0.151	0.272	0.547	0.431	0.405
CUI1	0.366	<b>0.895</b>	0.528	0.372	0.402	0.227	0.406	0.662	0.536	0.489
CUI2	0.359	<b>0.878</b>	0.518	0.365	0.395	0.223	0.398	0.649	0.526	0.480
CUI3	0.350	<b>0.854</b>	0.504	0.355	0.384	0.217	0.387	0.632	0.511	0.467
INT1	<b>0.937</b>	0.383	0.230	0.072	0.096	0.555	0.728	0.436	0.499	0.374
INT2	<b>0.790</b>	0.323	0.194	0.061	0.081	0.468	0.614	0.368	0.420	0.315
INT3	<b>0.780</b>	0.319	0.191	0.060	0.080	0.462	0.606	0.363	0.415	0.311
INT4	<b>0.944</b>	0.386	0.231	0.073	0.097	0.559	0.733	0.439	0.502	0.377

ماتی مانتیمایی یکی از پژوهشگران پسادکتری آکادمی فنلاند در موسسه علوم سیستم های اطلاعاتی دانشکده اقتصاد تورکو فنلاند است. او دارای مدرک دکتری در علوم سیستم های اطلاعاتی است. پژوهش های او در ژورنال هایی نظیر *International Journal of Computers in Human Behavior*، *Information Management* و *Behavior & Information Technology* به چاپ رسیده است.

جانی مریکیوی یکی از پژوهشگران پسادکتری در دانشکده اقتصاد دانشگاه آلتوی فنلاند است. او دارای مدرک دکتری در علوم سیستم های اطلاعاتی است. پژوهش های او در ژورنال هایی نظیر *New Media & Information Management Society*، *Computers in Human Behavior* و *Information & Management* چاپ شده است.

تیبرت ورهاگن یکی از دانشیاران کسب و کار الکترونیک در دانشکده اقتصاد و مدیریت کسب و کار دانشگاه VU آمستردام است. علایق پژوهشی او شامل رفتار مصرف کنندگان آنلاین، فناوری های نوظهور، خرده فروشی آنلاین و اعتبارسنجی اندازه گیری است. پژوهش های او در ژورنال هایی نظیر *Information & Management Journal of European Journal of Information Systems* و *Computer-Mediated Communication* چاپ شده است.



فرانس فلدبرگ یکی از استادیاران رشته کسب و کار الکترونیک در دانشکده اقتصاد و مدیریت کسب و کار دانشگاه VU آمستردام است. پژوهش های او در ژورنال هایی مثل Information & Management و Computers in Human Behavior به چاپ رسیده است.

ریستو راجالا یکی از استادیاران دانشکده علوم دانشگاه آلتوی فنلاند است. پژوهش های او در ژورنال هایی نظیر European Industrial Marketing Management, California Management Review و Journal of Marketing منتشر شده است.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی