****

bonyanpazhoh3@gmail.com

**سایت بنیان پژوه با هدف ارتقاء علمی دانشجویان در خدمت علم پژوهان می باشد. پرسشنامه های استاندارد و محقق ساخته،آموزش مقاله نویسی، کلیه خدمات پژوهشی(آموزش و مشاوره پایان نامه، تجزیه و تحلیل فصل 4 پایان نامه) به صورت حرفه ایی را با بنیان پژوه تجربه نمایید.**

Site: http://bonyanpazhoh.ir

**معرفی پرسشنامه**

**پرسشنامه شبکه های اجتماعی لی و همکاران (2006) – 5 سوالی**

**Human Resource Management Questionnaire**

پرسشنامه شبکه های اجتماعی توسط لی و همکاران (2006) به منظور سنجش شبکه های اجتماعی طراحی و تدوین شده است.

**سوالات و مولفه های پرسشنامه:**

پرسشنامه شبکه های اجتماعی دارای 5 سوال می باشد و بر اساس طیف لیکرت با سوالاتی مانند (تا چه اندازه رضایت مشتریان از خدمات هتل در استفاده ش موثر می باشد؟) به سنجش شبکه های اجتماعی می پردازد.

**توزيع سوالات پرسشنامه**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ابعاد پرسشنامه** | **تعداد سوالها** | **شماره سوالها** |
| شبکه های اجتماعی | 5 | 1 تا 5 |

**تعریف مفهومی پرسشنامه:**

**شبکه های اجتماعی**: شبکه های اجتماعی برای اولین بار در سال های اتدایی ده هفتاد توسط فیلیپ کاتلر مطرح شد. شبکه اجتماعی، شبکه ای از افراد و گروه ها و ارتباطات بین آنها است.

**تعریف عملیاتی متغیر پرسشنامه**

در این تحقیق منظور از شبکه های اجتماعی نمره ای است که پاسخ دهندگان به سوالات 5 گویه ای پرسشنامه شبکه های اجتماعی می دهند.

**پرسشنامه**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | سوالاتلطفاً هر یک از عبارات زیر را خوانده و میزان موافقت خود را با یکی از گزینه های روبرو انتخاب کنید: | بسیار کم | کم | ممتنع | زیاد | بسیار زیاد |
| 1 | تا چه اندازه ابزارهای تبلیغاتی هتل پارلا در شبکه های اجتماعیف در رزرو هتل توسط شما موثر می باشد؟ |  |  |  |  |  |
| 2 | تا چه اندازه استفاده از رسانه اجتماعی برای کسب اطلاعات در ترغیب شما برای رزور کردن هتل تاثیر دارد؟ |  |  |  |  |  |
| 3 | تا چه اندازه روزو آنلاین هتل با تخفیفات خوب باعث استفاده شما می شود؟ |  |  |  |  |  |
| 4 | تا چه اندازه علاقه دارید خدمات جدید هتل پارلا را از طریق رسانه های اجتماعی برای دوستان خود ارسال کنید؟ |  |  |  |  |  |
| 5 | تا چه اندازه رضایت مشتریان از خدمات هتل پارلا در استفاده ش موثر می باشد؟ |  |  |  |  |  |

**تحلیل بر اساس مولفه های پرسشنامه**

به این ترتیب که ابتدا پرسشنامه­ها را بین جامعه خود تقسیم و پس از تکمیل پرسشنامه­ها داده ها را وارد نرم افزار اس پی اس اس کنید. البته قبل از وارد کردن داده ها شما باید پرسشنامه را در نرم افزار اس پی اس اس تعریف کنید و سپس شروع به وارد کردن داده ها کنید.

 چگونگی کار را برای شفافیت بیشتر به صورت مرحله به مرحله توضیح می دهیم

مرحله اول. وارد کردن اطلاعات تمامی سوالات پرسشنامه ( دقت کنید که شما باید بر اساس طیف لیکرت عمل کنید .

مرحله دوم. پس از وارد کردن داده های همه سوالات، سوالات مربوط به هر مولفه را کمپیوت(compute) کنید. مثلا اگر مولفه اول X و سوالات آن 1 تا 7 است شما باید سوالات 1 تا 7 را compute کنید تا مولفه x ایجاد شود.

به همین ترتیب همه مولفه ها را ایجاد کنید و پس از این کار در نهایت شما باید همه مولفه ها که ایجاد کردید را با هم compute کنید تا این بار متغیر اصلی تحقیق به وجود بیاید که به طور مثال متغیر مدیریت دانش یا ... است.

مرحله سوم. حالا شما هم مولفه­ها را به وجود آورده اید و هم متغیر اصلی تحقیق را؛ حالا می توانید از گرینه آنالیز هر آزمونی که می خواهید برای این پرسشنامه( متغیر) بگیرید.

مثلا می توانید آزمون توصیفی( میانگین، انحراف استاندارد، واریانس) یا می توانید آزمون همبستگی را با یک متغیر دیگر بگیرید.

**نمره گذاری پرسشنامه:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| بسیار کم | کم | ممتنع | زیاد | بسیار زیاد |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

برای محاسبه امتیاز کلی پرسشنامه، نمره همه گویه های پرسشنامه را با هم جمع کنید. دامنه امتیاز این پرسشنامه بین 5 تا 30 خواهد بود. هر چه امتیاز حاصل شده از این پرسشنامه بیشتر باشد، نشان دهنده میزان بیشتر شبکه های اجتماعی خواهد بود و بالعکس.

 **روایی و پایایی پرسشنامه**

**روایی ابزار جمع آوری داده ها**

اعتبار یا روایی با این مسئله سر و کار دارد که یک ابزار اندازه گیری تا چه حد چیزی را اندازه می گیرد که ما فکر می کنیم (سرمد و همکاران،1390). در پژوهش فتوحی (1398) روایی محتوایی و صوری و ملاکی این پرسشنامه مناسب ارزیابی شده است.

**پایایی ابزارهای جمع آوری داده ها**

قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه گیری هر آنچه اندازه می گیرد یعنی اینکه ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد ( سرمد و همکاران،1390). ضريب آلفاي كرونباخ محاسبه شده در پژوهش فتوحی (1398) براي این پرسشنامه بالای 7/0 برآورد شد.

**ضريب پايايي پرسشنامه**

|  |  |
| --- | --- |
| **پرسشنامه**  | **ضريب پايايي (آلفای کرونباخ)** |
| شبکه های اجتماعی | 845/0 |

**منابع:**

سرمد، زهره، حجازی، الهه و عباس بازرگان. (1390). ***روش تحقیق در علوم رفتاری***، انتشارات آگاه.

فتوحی، فرشته. (1398). ***بررسي تاثير مديريت منابع انساني بر رفتار صميمي پرسنل،عملکرد و وفاداري مشتريان با توجه به نقش ميانجي شبکه هاي اجتماعي در هتل پارلا***، پايان نامه براي دريافت مدرک کارشناسي ارشد، رشته مديريت کسب وکار، گرايش منابع انساني، دانشکده مديريت،اقتصاد و حسابداري، دانشگاه پيام نور مرکز، تهران غرب.