



الهیہ کرابی، ۱۴۰۱

## نقش برنامه‌های کاربردی موبایل برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و پایداری آن در دوران کوئید ۱۹ و به بعد با تکیه بر تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده

شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) برای مقابله با بلا تکلیفی کسب‌وکار ناشی از همه‌گیری COVID-19 تلاش می‌کنند. در این پژوهش بررسی می‌شود که چگونه شرکت‌های کوچک و متوسط از برنامه‌های تلفن همراه برای بهبود کارایی کسب‌وکار خود در طول همه‌گیری استفاده کرده‌اند. نسل جدید تبلیغات از طریق برنامه‌های کاربردی موبایل، تبلیغاتی است که بر اپلیکیشن‌ها و صفحات موبایل ظاهر شده و کالا و خدماتی را معرفی می‌کند. هدف از این پژوهش بررسی نقش برنامه‌های کاربردی موبایل برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و پایداری آن در طول کوئید ۱۹ با تکیه بر تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده می‌باشد، که برای بهبود پایداری خود در طول بحران به تجارت مبتنی بر اپلیکیشن موبایل روی آورده‌اند. این مطالعه با بسط تئوری ارزش مصرف و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده به شرکت‌های کوچک و متوسط که کسب‌وکار مبتنی بر اپلیکیشن موبایل را در بر می‌گیرد، می‌تواند به پایداری این شرکتها در شرایط بحرانی کمک نماید. روش انجام پژوهش روش مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باشد. نتایج نشان داد که رفتار انتخاب مصرف‌کننده، کنترل رفتار درک شده، کنترل رفتار ذهنی و نگرش نسبت به برنامه تلفن همراه، همگی بر پایداری شرکت‌های کوچک و متوسط تاثیر مثبت و معناداری دارند. به این ترتیب، این شرکتها برای موفقیت در فرآیند کسب و کار کارآفرینانه به یک شبکه تجاری قدرتمند مبتنی بر اپلیکیشن موبایل نیاز دارند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تمامی فرضیه‌های آماری تایید شده‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** واژگان کلیدی: پایداری، شرکت‌های کوچک و متوسط، تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، کوئید ۱۹.

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۹۰۷۹۴۴۰۶۷۳۴۱۴۰۱۱۶۲۵۶۳۰۲۳

تاریخ دفاع: ۱۴۰۱/۱۰/۲۸

رشته‌ی تحصیلی:

دانشکده:

استاد راهنما: دکتر محمد پوراحشام

### **Thesis:**

The role of mobile applications for small and medium-sized businesses and its sustainability in the Quaid and beyond based on the theory of planned behavior

Small and medium-sized enterprises (SMEs) are struggling to cope with the business



uncertainty caused by the COVID-19 pandemic. This research examines how small and medium-sized companies have used mobile applications to improve their business efficiency during the pandemic. The new generation of advertising through mobile applications is advertising that appears on mobile applications and pages, and products and introduces services. The purpose of this research is to investigate the role of mobile applications for small and medium businesses and its sustainability during the COVID-19 based on the theory of planned behavior, which is to improve its sustainability during the crisis to business based on mobile applications. Have turned. By extending the theory of consumption value and the theory of planned behavior to small and medium-sized companies that include business based on mobile applications, this study can help the stability of these companies in critical conditions. The modeling method is structural equations. The results showed that consumer choice behavior, perceived behavior control, mental behavior control and attitude towards mobile phone application, all have a positive and significant effect on the sustainability of small and medium companies. In this way, these companies need a powerful business network based on mobile application to succeed in the entrepreneurial business process. The research results show that all the statistical hypotheses have been confirmed.