

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تجارت الکترونیک بر عملکرد فروش کسب و کارهای کوچک (خانگی)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

آزاده اکبریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی تجارت الکترونیک موسسه برخط اهواز، ایران

حسین رشیداوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی تجارت الکترونیک موسسه برخط اهواز، ایران

مریم مساعدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی تجارت الکترونیک موسسه برخط اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر تجارت الکترونیک بر عملکرد فروش صاحبان کسب و کارهای خانگی انجام شده است. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی به شمار میآید. جهت گردآوری اطلاعات در این تحقیق از پرسشنامه‌های محقق ساخت با ۲۴ سوال و در ۲ بخش استفاده شد که روایی و پایایی آن با استفاده از نظر متخصصین و آزمونهای آماری نظیر آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه صاحبان کسب و کارهای خانگی شهر تهران است که ۸۰ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد ضریب همبستگی میان تجارت الکترونیک و عملکرد فروش ۷۲٪ و مجذور ضریب همبستگی ۵۳٪ است. بنابراین متغیر تجارت الکترونیک ۵۳ درصد از تجارت الکترونیک را تبیین میکند. از آنجا که مقدار آماره t برابر ۰۴۳/۹ به دست آمد و این مقدار بیشتر از ۹۶/۱ و معنادار بود، تاثیر مستقیم و معنادار تجارت الکترونیک بر عملکرد فروش صاحبان کسب و کار تایید گردید ($P\text{-Value} < 0.05$). بنابراین، با توجه به سنتی بودن تجارت در کسب و کارهای خانگی اولین قدم جهت بکارگیری تجارت الکترونیک تغییر نگرشها و افزایش آگاهی تولید کنندگان، مشتریان و دولت نسبت به بکارگیری تجارت الکترونیک و مزایای حاصل از آن می باشد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، فروش آنلاین، عملکرد فروش، کسب و کار خانگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1354134>

