

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد تجارت الکترونیک بر بهبود عملکرد شرکت پست (مطالعه موردی شرکت پست استان آذربایجان غربی)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

عسگر اکبری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین المللی جلفا، آذربایجان شرقی، ایران

احمد محمود زاده - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین المللی جلفا، آذربایجان شرقی، ایران

خلاصه مقاله:

مطالعه حاضر با هدف بررسی تاثیر ابعاد تجارت الکترونیک بر بهبود عملکرد شرکت پست انجام گرفت. مطالعه حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر شیوه جمع آوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارکنان شرکت پست استان آذربایجان غربی در سال ۱۴۰۰ تشکیل داده اند که تعداد آنها ۲۷۶ نفر بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۶۱ نفر برآورد شد و در ادامه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای افراد نمونه انتخاب شدند. ابزار جمعآوری اطلاعات دو پرسشنامه؛ پرسشنامه ابعاد تجارت الکترونیک گریم (۲۰۰۴) و پرسشنامه بهبود عملکرد سونگ (۲۰۰۸) می باشد که پس از سنجش روایی و پایایی و اطمینان از آن، در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. بدین ترتیب که برای طبقه بندی، تلخیص و توصیف داده های آماری از روش آمار توصیفی و در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه های تحقیق از آزمونهای کلموگروف- اسمیرنوف، ۲ پیروسون و رگرسیون استفاده گردیده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها بوسیله آزمون رگرسیون خطی نشان داد تجارت الکترونیک و ابعاد آن (حمایت مدیریت عالی از تجارت الکترونیک، مزایای درک شده، سازگاری درک شده، رقابتی بودن) بر بهبود عملکرد شرکت پست استان آذربایجان غربی موثر است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، حمایت مدیریت عالی از تجارت الکترونیک، مزایای درک شده، سازگاری درک شده، رقابتی بودن، بهبود عملکرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1393612>

