

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت های کوچک و متوسط شهرستان چابهار

محل انتشار:

پژوهشهای مدیریت عمومی، دوره 16، شماره 61 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

احمد بختیاری شهری - استادیار دانشگاه، گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

صاحبدا آرون - کارشناسی ارشد، گروه مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه بین المللی چابهار، چابهار، ایران.

نادیا جهان تیغ - کارشناسی ارشد، گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه در بسیاری از کشورها به منظور کاهش هزینه های سربار بازرگانی، از تجارت الکترونیکی استفاده می شود. در ایران نیز گسترش فعالیت های اقتصادی، برقراری ارتباط با کشورهای خارجی و رشد استفاده از دستگاه های الکترونیکی، شرکت های کوچک و متوسط را به این سمت سوق داده است. اهمیت استفاده از تجارت الکترونیک، نه تنها در بسیاری از شاخص های رشد شرکت ها تاثیرگذار است، بلکه هزینه تهیه اطلاعات و پردازش و کاربرد اطلاعات را نیز کاهش می دهد. یکی از مسائل مهم در تحقیقات علمی که با هدف گسترده کردن ثروت و پیشرفت برای شرکت های کوچک و متوسط مطرح است شناسایی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در این شرکت ها است. در این پژوهش ضمن بررسی مبانی نظری تحقیق، به روش کتابخانه ای و تحقیق میدانی، عوامل موثر بر پذیرش چنین تجارتی براساس پژوهشی پیمایشی توصیفی در شرکت های کوچک و متوسط شهرستان چابهار مورد بحث قرار گرفته است. در این راستا ۲۶۸ نفر از مدیران، کارشناسان و کارکنان شرکت های کوچک و متوسط در شهرستان چابهار مورد مطالعه قرار گرفته است. یافته ها حاکی از آن است که عوامل چهارگانه سازمانی، محیطی، فناورانه و اخلاقی بر پذیرش تجارت الکترونیک تاثیر مستقیم دارند.

کلمات کلیدی:

پذیرش تجارت الکترونیک، تجارت الکترونیک، چابهار، داده کاوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1888192>

