

عنوان مقاله:

شناسائی و تعیین اولویت زیرساخت های بکارگیری تجارت مشارکتی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران (c-commerce)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

احمدرضا شکرچی زاده - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه نجف باد، اصفهان، ایران

مهناز مشهدی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه نجف آباد، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسائی و تعیین اولویت مهمترین زیرساخت های بکارگیری تجارت مشارکتی در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران صورت گرفته است. موضوع تجارت مشارکتی موضوع جدیدی در مطالعات داخل کشور است و با شناسائی زیرساخت های اصلی سازه تجارت مشارکتی آغاز گردید. سپس شاخص های اصلی سنجش آمادگی سازمان در زمینه هر یک از زیرساخت های اصلی مربوط به سازه تجارت مشارکتی با تکنیک دلفی شناسائی شده است. پس از شناسائی مولفه های تجارت مشارکتی و همچنین شاخص های شناسائی شده در قالب یک مدل تحلیل سلسله مراتبی ارائه گردید. در مرحله بعد با شناسائی گویه های سنجش زیرساخت های اصلی پرسشنامه ای برای تحلیل شکاف طراحی گردید. در مرحله تحلیل شکاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب نیز پرسنل سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مازندران به عنوان جامعه آماری تحقیق محسوب می شوند. از این میان 240 نفر به عنوان نمونه آماری مورد مطالعه انتخاب گردید. همچنین تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS صورت گرفته است. دستاوردهای تحلیلی این پژوهش نشان می دهد زیرساخت های اصلی بکارگیری تجارت مشارکتی عبارتند از: عوامل فنی، نوآوری، محیط بیرونی، آمادگی سازمانی و فرهنگ تسهیم اطلاعات. در این میان بعد فنی، محیط بیرونی، فرهنگ تسهیم اطلاعات، آمادگی سازمان و بعد نوآوری به ترتیب از بیشترین تا کمترین اولویت برخوردار هستند. مهمترین شاخص های سنجش هر یک از زیرساخت ها عبارتند از: نیروی انسانی خلاق، احساس نیاز و گرایش به تغییر، استفاده بهینه از استعدادهای فردی، ارائه و بکارگیری روشهای جدید، فشار رقابتی بالا، رشد تکنولوژی در زمینه کاری، پشتیبانی مدیریت ارشد، امکانات مالی سازمان، امکانات سخت افزاری، امکانات نرم افزاری، اعتماد، توزیع اطلاعات، ارتباطات گسترده و همه جانبه، زیرساختار شبکه ارتباطی، پیشینه و قدمت سیستم فناوری اطلاعات، بلوغ فناوری اطلاعات. نتایج تحلیل شکاف اختلاف بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب میزان آمادگی سازمان برای پذیرش تجارت مشارکتی را نشان داده است. تقریباً در بعد فرهنگ تسهیم اطلاعات و آمادگی سازمانی جهت پیاده سازی تجارت مشارکتی به وضعیت مطلوب نزدیک است. در باقی موارد شکافی مشاهده می شود که تحلیل آماری نشان داده است این شکاف در زمینه ابعاد محیطی، نوآوری و فنی معنادار است.

کلمات کلیدی:

تجارت مشارکتی، تجارت الکترونیک، مدیریت دانش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286618>

