

عنوان مقاله:

بررسی عوامل تاثیرگذار بر میزان پذیرش تجارت الکترونیک در بنگاه های کوچک و متوسط استان قزوین

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سعید جهانیان - عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان دکتری مدیریت سیستم های فناوری اطلاعات

فرشته شیری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این مقاله بررسی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در موسسات کوچک و متوسط می باشد در این راستا پس از شناسایی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک و رتبه بندی این عوامل نحوه تاثیرگذاری عوامل تحت عنوان مدل نهایی ارایه میگردد به منظور استخراج متغیرها و شاخصهای نهایی با اخذ نظرات خبرگان و اهل فن پرسشنامه ای تهیه و برای 140 بنگاه کوچک و متوسط استان قزوین ارسال گردید برای تحلیل داده های پرسشنامه تهیه شده از روش تحلیل عاملی تاییدی و ابزار نرم افزار تحلیل آماری داده SPSS استفاده شده است با استفاده از این روش متغیرها و شاخصهای نهایی که بیشترین تاثیر را در پذیرش تجارت الکترونیک توسط این موسسات داشتند استخراج گردید مدل نهایی با 5 متغیر با عنوان درک مزیت نسبی دانش هزینه نوآوری و پیچیدگی پیشنهاد گردید که هر یک دارای زیر شاخصهای خود میباشد در این مقاله تلاش بر این است که تمامی متغیرها بصورت مستقل آورده شود

کلمات کلیدی:

پذیرش تجارت الکترونیک / شرکت های کوچک و متوسط / مدل مفهومی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/477076>

