

عنوان مقاله:

تأثیر استقرار تجارت الکترونیک بر عملکرد صادراتی شرکت های استان گیلان

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیدسالار علوی نسب - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین المللی، دانشگاه آزاد اسلامی (واحد رشت)

محمد طالقانی - دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد رشت)

خلاصه مقاله:

توسعه صادرات در تمام کشور ها به عنوان یک استراتژی اقتصادی مطرح است که به تعادل بین سهم نسبی آن کشور از جمعیت جهان و سهم نسبی آن از تجارت جهانی می انجامد. امروزه تجارت الکترونیکی و راهکارهای مربوط به کسب و کار الکترونیکی سبب تسهیل و تسریع مراحل صادرات شده است. استفاده موثر از اینترنت راهی کم هزینه جهت ورود به بازارهای جهانی برای شرکت هایی است که قصد دارد به حیطه صادرات وارد شوند. روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می باشد که سوالات آن به تناسب متغیرهای مورد بحث در تحقیق حاضر تنظیم گردیدند. جامعه آماری تحقیق شامل شرکت های صادراتی استان گیلان در سال 1391 است که تعداد آنها بالغ بر 37 تا شرکت می باشد. چون تعداد افرادی که جامعه تحقیق را تشکیل می دهند محدود است بر اساس فرمول نمونه گیری کوکران تعداد نمونه باید حداقل 311 نفر باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها، نرم افزار SPSS و روش های ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون خطی، به ترتیب به منظور سنجش ارتباط بین متغیر ها و بررسی تأثیر ابعاد مستقل بر متغیر وابسته استفاده قرار گرفتند. نتایج تحلیل همبستگی حاکی از وجود تاثیر مثبت عوامل موثر تجارت الکترونیک (مدیریتی؛ سازمان، هزینه ای، تکنولوژی، فرهنگی، محیطی، بازار) بر عملکرد صادراتی شرکتها دارد. همچنین تحلیل رگرسیون نشان داد که از میان هفت متغیر پیش بینی به ترتیب متغیرهای عوامل مدیریتی؛ بازار؛ سازمانی، محیطی، تکنولوژی، فرهنگی و هزینه ای بهترین پیش بینی کننده های عملکرد صادراتی محسوب می شوند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، عملکرد صادراتی، شرکت های صادراتی استان گیلان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/882169>

