

تأثیر متغیر اعتماد بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت های تجاری شهرک صنعتی نورآباد

ممسنی

امیر ضیایی پور^۱، احسان رضایی^۲

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

۲- کارشناس مدیریت آموزشی

چکیده

پژوهش حاضر، تأثیر متغیر اعتماد بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت های تجاری شهرک صنعتی نورآباد ممسنی را مورد سنجش قرار می دهد. جامعه آماری پژوهش، شرکت های واقع در شهرک صنعتی به تعداد ۷۶ مورد بوده است که کل شرکت های شهرک صنعتی به عنوان نمونه، مورد پژوهش قرار گرفته است. ابزار جمع آوری داده های مورد نیاز پژوهش پرسشنامه بوده است که با اقتباس از پژوهش فلاح ۱۳۹۷ و الساد ۲۰۱۷ به دست آمده است. برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. نتایج حاکی از آن است که متغیر اعتماد در رابطه بین مطلوبیت درک شده، آمادگی سازمان، حمایت مدیران ارشد، فشار رقابتی و تصمیم شرکت در پذیرش تجارت الکترونیک نقش متغیر تعدیل گر دارد.

واژه های کلیدی: پذیرش تجارت الکترونیک، سازه متغیر اعتماد، شرکت های تجاری