

تأثیر عوامل مؤثر 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 بین سودمندی درک شده، آمادگی سازمان، حمایت مدیران ارشد، فشار رقابتی و تصمیم شرکت در پذیرش تجارت الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: پذیرش تجارت الکترونیک، سودمندی درک شده، شرکت های تجاری.

مقدمه

کشورهای در حال توسعه شاهد رشد بی سابقه و قابل توجه در توسعه زیربنای فناوری مخابرات در طول یک دهه گذشته بوده اند. رشد از لحاظ بهبود دسترسی به ارتباطات بی سیم است که تأثیر بزرگی بر زندگی میلیاردها نفر در سراسر جهان دارد. دسترسی نه تنها سهولت و سرعت ارتباط را تغییر داد، بلکه فرصت هایی را برای بازاریاب ها برای بازیابی هنر