

تعیین رابطه تحصیل دانش با تجارت الکترونیکی شعب بانک صادرات شهرستان خرم آباد

زهره دریگوندی^۱، حبیب اله جوانمرد^۲

^۱کارشناسی ارشد مدیریت مالی شرکت گاز لرستان

^۲دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، h-javanmard@iau-arak.ac.ir

چکیده - هدف از انجام پژوهش حاضر تعیین رابطه تحصیل دانش با تجارت الکترونیکی شعب بانک صادرات شهرستان خرم آباد بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان شعب بانک صادرات شهرستان خرم آباد، جمعاً ۱۲۷ نفر می باشد. به دلیل محدود بودن جامعه، کل جامعه را به عنوان نمونه انتخاب کردیم. برای نمونه گیری از روش سرشماری استفاده شد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی-توصیفی و از نظر هدف کاربردی بود. برای گردآوری دادهها از پرسشنامه مدیریت دانش الین و همکاران (۲۰۱۳) و پرسشنامه تجارت الکترونیک الین و همکاران (۲۰۱۳) استفاده شد. جهت تحلیل نتایج از روش های آمار توصیفی (فروانی، نمودارهای ستونی و میانگین) و آمار استنباطی (آزمون کلموگوروف و آزمون پیرسون) استفاده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده چنین استنباط می شود که بین تحصیل دانش و تجارت الکترونیکی شعب بانک صادرات شهرستان خرم آباد رابطه معنی داری وجود دارد. کلید واژه- مدیریت دانش، تحصیل دانش، تجارت الکترونیکی.

۱-مقدمه

است. دانش به عنوان یک کلید راهبردی، نقش موثری بر کاهش هزینه های سازمانی دارد. داشتن دانش صحیح و کاربردی و استفاده از آن در زمان و مکان مناسب، سازمان را در موقعیت برتر نسبت به سایر رقبا قرار می دهد. اگرچه ارزش دانش، همواره در حال افزایش است، اما اکثر سازمان ها با مشکلات زیادی به دلیل نادیده گرفتن اثر مدیریت دانش، رو به رو هستند (مدتنوس و همکاران، ۲۰۱۱).

امروزه شرکت های دانش بنیان تبدیل به قدرتمندترین و موفق ترین شرکت های جهان گشته اند، از این رو، داشتن سیستم مدیریت دانش تبدیل به یکی از برنامه های استراتژیک سازمان ها گردیده است. با توجه به شرایط نامطلوب اقتصادی که در دهه اخیر بر جهان حاکم گشته است، بسیاری از سازمان ها به دنبال راهی برای کاهش هزینه ها و بهبود عملگرهای مالی خود هستند. از طریق بهبود عملگرهای مالی می توان نتیجه عملکرد سازمان را برآورد نمود و برای ادامه حیات آن برنامه ریزی کرد. در این میان مدیریت دانش به عنوان یک عامل اساسی در کاهش

امروزه نگرش دانش محوری، توسعه و بهره گیری از دانش نقش بنیادی در توسعه جوامع ایفا می نمایند و همگان بر این باور هستند که داده ها، اطلاعات و نهایتاً دانش است که مرز بین توسعه یافتگی و عقب ماندگی را تعیین می نماید. حال که در عصر ارتباطات به سر می بریم و فناوری های پیشرفته روز در اختیار بشریت می باشد. در حالی که زمینه بالقوه برای بکارگیری در صنایع کوچک و متوسط ایران وجود دارد، اما در حال حاضر تمایل بنگاه های کوچک و متوسط به استفاده از تجارت الکترونیک کمتر از متوسط، کاربرد رایانه و ارتباطات شبکه ای در حد کم، و استقرار اطلاعاتی، عملیاتی و راهبردی تجارت الکترونیک در آنها خیلی پایین است (موحدی، ۱۳۹۰). یکی از عوامل موثر بر تجارت الکترونیکی، مدیریت دانش است. مدیریت دانش، شامل همه ی روش هایی است که سازمان، دارایی های دانش خود را اداره می کند که شامل چگونگی جمع آوری، ذخیره سازی، انتقال، بکار گیری، به روز سازی و ایجاد دانش