

استفاده از مدل مقایسه‌ای جهت بررسی نقش فشارهای محیطی در پذیرش تجارت الکترونیک (مورد مطالعه آژانسهای گردشگری استان گیلان)

فاطمه صیاد*، سید محمد نوع‌پسند اصل،

1395-6-14

این مطالعه به بررسی عواملی می‌پردازد که اتخاذ تجارت الکترونیک را در آژانس‌های مسافرتی SME تحت تاثیر قرار می‌دهند. این تحقیق مبتنی بر یک بررسی پرسشنامه‌ای از کارگزاران آژانس‌های مسافرت بوده و تکنیک‌های آماری پیشرفته را جهت آزمودن یک چارچوب مفهومی که مدل مقبولیت تکنولوژی را بسط می‌دهد به کار می‌گیرد. مطالعه‌ی حاضر با استفاده از مدل‌های رقابتی رابطه‌ی بین اتخاذ تجارت الکترونیک، منافع ادراک شده، موانع ادراک شده و فشارهای محیطی را مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج حاکی از این می‌باشند که فشارهای محیطی اثر قابل توجهی بر منافع و موانع ادراک شده‌ی اتخاذ تجارت الکترونیک دارند علاوه بر اینکه اثر غیرمستقیمی بر رفتار اتخاذ می‌گذارند. بینش‌هایی در خصوص ماهیت روابط بین عوامل کلیدی که تعیین کننده‌ی اتخاذ تجارت الکترونیک هستند و درجه‌ای که می‌توانند جهت توسعه‌ی استراتژی‌های موثر برای مداخله‌ی مجدد عامل مسافرت SME در بازار مسافرت جهانی مورد استفاده قرار بگیرند فراهم می‌شود. استنباط‌هایی برای عمل و سیاست دولت نسبت به استفاده از تجارت الکترونیک در کسب و کار مسافرتی SME تعیین می‌گردد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی است. از نظر جمع‌آوری داده‌ها نیز میدانی تلقی می‌شود. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که شامل 23 سوال برای سنجش کل متغیرهای تحقیق است. روایی پرسشنامه توسط نظر اساتید و کارشناسان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی و تایید شد. جامعه آماری تحقیق حاضر آژانسهای گردشگری استان گیلان می‌باشد. تعداد 114 نفر از اعضای هیئت مدیره بعنوان نمونه نهایی تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور آزمون فرضیه‌ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. همچنین نتایج پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که فشارهای محیطی بر تصمیم واقعی اتخاذ تجارت الکترونیک تاثیر مثبت دارد. نقش متغیر میانجی منافع ادراک شده بر تصمیم واقعی اتخاذ تجارت الکترونیک تاثیر مثبت دارد و متغیر میانجی موانع ادراک شده بر اتخاذ واقعی تجارت الکترونیک تاثیر منفی دارد، مورد تایید قرار گرفت. کلید واژگان: آژانسهای مسافرتی، SME، شرکتهای کوچک و متوسط، تصویب تجارت الکترونیک، مدل پذیرش فناوری TAM، فشارهای محیطی

کلمات کلیدی : آژانسهای مسافرتی، SME شرکت‌های کوچک و متوسط، تصویب تجارت الکترونیک، مدل پذیرش فناوری TAM ، فشارهای محیطی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)
[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)