**فصل اول : کلیات تحقیق**

1-1 بیان مساله ...................................................................................................................................................................................... 2

1-2 اهمیت و ضرورت انجام تحقیق.................................................................................................................................................. 3

1-3 اهداف اصلی تحقیق .............................................................................................................. ..................................................... 3

1-3-1 اهداف فرعی تحقیق ............................................................................................................................................................. 4

1-4 روش تحقیق برحسب هدف و روش ........................................................................................................................................... 4

1 -5 پیشینه تحقیق ............................................................................................................................................................................... 4

1-6 چارچوب نظری تحقیق ....................................................................................................................................................................5

1-7 سوالات تحقیق ........................................................................................................................................................................... 6

1-8 فرضیه های اصلی تحقیق ......................................................................................................................................................... 7

1-9 قلمرو مکانی تحقیق .................................................................................................................................................... ............ 7

1-10 قلمرو زمانی تحقیق ................................................................................................................................................. ............... 7

1-11 روش نمونه گیری .................................................................................................................................................. .............. 7

1-12 ابزار گرد آوری داده ها ............................................................................................................................................ ................. 8

1-13 روش تجزیه تحلیل داده ها .................................................................................................... .............................................. 8

1-14 واژگان کلیدی تحقیق .............................................................................................................................................................. 8

**فصل دوم : ادبیات و پیشینه تحقیق:**

مقدمه ..................................................................................................................................................... 11

2- 1 تاریخچه تجارت الکترونیک ................................................................................................................................................... 11

2-2 تعریف تجارت الکترونیک ...................................................................................................................................................... 13

2-3چارچوب تجارت الکترونیک ................................................................................................................................................... 14

2- 4مزایای تجارت الکترونیک .................................................................................................................................................... ..... 14

2-5 موانع تجارت الکترونیک ........................................................................................................................................................ 15

2-6 انواع مبادلات تجارت الکترونیک ............................................................................................................................................... 15

2-7 مزایای تجارت الکترونیک از طریق اینترنت .............................................................................................................................. 17

2-8 مراحل تجارت الکترونیک ........................................................................................................................................................... 18

2-9 تفاوت ها و شباهت های EBوEC ...............................................................................................................................................20

2-10 مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) دیویس ................................................................................................................................ 21

2-11 مدلهای پیاده سازی تجارت الکترونیک ................. .............................................................. ........................................... 26

2-11-1 مدلهای تجاری EC ......................................................................................................................................................... 26

2-11-2 مدل ماتریس ابعادی ریگینس و رهی ..................................................................................................................................... 27

2-11-3 مدل ترکیبی تجارت الکترونیک اسواتمن و چان ............................................................................................................... 28

2-11-4 شبکه ارزش تجارت الکترونیک .......................................................................................................................................... 29

2-11-5 مدل تصمیم گیری تجارت الکترونیک جودیت و دیانا ....................................................................................................... 30

2-12 پیشینه تحقیق ................................................................................................................ ............................................................ 31

2-13معرفی مدل مفهومی تحقیق ....................................................................................................................................................... 38

**فصل سوم : روش تحقیق**

مقدمه .................................................................................................................................................................................................... 42

3-1 بیان مساله تحقیق ...................................................................................................................................................................... .. 42

3-2 فرضیه های تحقیق .................................................................................................................................................................... . 43

3-3 روش تحقیق........................................................................................................... .................................................. ...................43

3-4 جامعه آماری تحقیق..................................................................................................................................................... .................44

3-5 قلمرو زمانی تحقیق........................................................................................................................................................................45

3-6 روش و حجم نمونه گیری ........................................................................................................................................................... 45

3-7 ابزار گرد آوری اطلاعات ........................................................................................................................................ .................... 45

3-7-1 کتب و مقالات داخلی و خارجی .......................................................................................................................... .................. 45

3-7-2 سایت های معتبر علمی داخلی و خارجی .............................................................................................................. ............... 45

3-7-3 پرسشنامه ................................................................................................................................................................................ 46

3-8 روایی پرسشنامه ............................................................................................................................................................................ 51

3-9 پایایی پرسشنامه ............................................................................................................................................................................ 51

**فصل چهارم : جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات**

مقدمه .....................................................................................................................................................................................................54

4-1 آمار توصیفی ...................................................................................................................................................................................54

4-1-1 توزیع فراوانی بر حسب رده سازمانی ....................................................................................................................................... 55

4-1-2 توزیع فراوانی بر حسب سمت پاسخگو ....................................................................................................................................56

4-1-3 توزیع فراوانی بر حسب سابقه خدمت .......................................................................................................................................57

4-1-4 توزیع فراوانی بر حسب سن پاسخ دهندگان..............................................................................................................................58 4-1-5 توزیع فراوانی اهمیت نقش دولت............................................................................................................................................. 59

4-1-6 توزیع فراوانی وضعیت کنونی نقش دولت..................................................................................................................................60

4-1-7 توزیع فراوانی اهمیت زیر ساخت تکنولوژی .............................................................................................................................61

4-1-8 توزیع فراوانی وضعیت کنونی زیر ساخت تکنولوژی..................................................................................................................61

4-1-9 توزیع فراوانی اهمیت عامل مدیریت ...........................................................................................................................................62

4-1-10 توزیع فراوانی وضعیت کنونی عامل مدیریت ..........................................................................................................................62

4-1-11 توزیع فراوانی اهمیت عامل فرهنگی ...................................................................................................................................... 63

4-1-12 توزیع فراوانی وضعیت کنونی عامل فرهنگی .................................................................................................................... .....63

4-1-13 توزیع فراوانی اهمیت منابع انسانی .................................................................................................................................... ....64

4-1-14 توزیع فراوانی وضعیت کنونی منابع انسانی .......................................................................................................................... 65

4-1-15 توزیع فراوانی اهمیت منابع مالی ...................................................................................................................................... .....66

4-1-16 توزیع فراوانی وضعیت کنونی منابع مالی ................................................................................................................................ 66

4-1-17 توزیع فراوانی اهمیت عامل بازار .............................................................................................................................................67

4-1-18 توزیع فراوانی وضعیت کنونی عامل بازار ...............................................................................................................................68

4-1-19 توزیع فراوانی بر حسب مدل tam ........................................................................................................................................69

4-1- 20 تحلیل شکاف بر اساس نمودار عنکبوتی ................................................................................................................................70

4-1-21 تحلیل نمودار رادار دیاگرام عوامل ...................................................................................................................................... .. 73

4-2آمار استنباطی ...................................................................................................................................................................................75

4-2-1 آزمون کولمو گروف – اسمیرونوف ...........................................................................................................................................75

4-2-2 آزمون ویلکاکسون ..................................................................................................................................................................... 76

4-2-3 آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن................................................................................................................................................80

4-2-4 آزمون رتبه بندی فرید من ..........................................................................................................................................................89

4-2-4-1 رتبه بندی بر اساس اهمیت عوامل ........................................................................................................................................94

4-2-4-2 رتبه بندی بر اساس وضعیت کنونی عوامل ...........................................................................................................................95

فصل پنجم: نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

مقدمه ...................................................................................................................................................................................................97

5-1 ارزیابی سولات تحقیق .................................................................................................................................................................97

5- 1-1 ارزیابی سوال اول تحقیق.........................................................................................................................................................97

5-1-2 ارزیابی سوال دوم تحقیق ........................................................................................................................................................99

5-1-3 ارزیابی سوال سوم تحقیق ......................................................................................................................................................100

5-1-4 ارزیابی سوال چهارم تحقیق ....................................................................................................................................................100

5-2 نتیجه گیری از تحقیق ..................................................................................................................................................................101

5-3 ارایه پیشنهادات ...........................................................................................................................................................................102

**فهرست جداول**

**2**-1 جدول مدلهای اولیه تجارت الکترونیک ...........................................................................................................................................26

2-2 جدول مدل ماتریس ابعادی ریگینس و رهی ...................................................................................................................................27

2-3 جدول شبکه ارزش تجارت الکترونیک ریگینس .............................................................................................................................29

4-1 جدول فراوانی بر حسب رده سازمانی ..............................................................................................................................................55

4-2 جدول فراوانی بر حسب سمت پاسخگو ..........................................................................................................................................56

4-3 جدول فراوانی بر حسب سابقه خدمت .............................................................................................................................................57

4-4 جدول فراوانی بر حسب سن پاسخ گویان ........................................................................................................................................58

4-5 جدول فراوانی بر حسب اهمیت نقش دولت ....................................................................................................................................59

4-6 جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی نقش دولت .......................................................................................................................60

4-7 جدول فراونی بر حسب اهمیت زیر ساخت تکنولوژی ......................................................................................................................61

4-8 جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی زیر ساخت تکنولوژی ........................................................................................................61

4-9 جدول فراوانی بر حسب اهمیت عامل مدیریت .................................................................................................................................62

4-10جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی عامل مدیریت ..................................................................................................................62

4-11جدول فراوانی بر حسب اهمیت عامل فرهنگی ................................................................................................................................63

4-12 جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی عامل فرهنگی ..................................................................................................................63

4-13 جدول فراوانی بر حسب اهمیت منابع انسانی .................................................................................................................................64

4-14جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی منابع انسانی .....................................................................................................................65

4-15جدول فراوانی بر حسب اهمیت منابع مالی .....................................................................................................................................66.

4-16 جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی منابع مالی .........................................................................................................................66

4-17جدول فراوانی بر حسب اهمیت عامل بازار ......................................................................................................................................67

4-18جدول فراوانی بر حسب وضعیت کنونی عامل بازار ..........................................................................................................................68

4-19 جدول فراوانی بر حسب مدل tam ...............................................................................................................................................69

4-20 جدول کولموگروف اسمیرونوف ......................................................................................................................................................75

4-21 تا 4-24 جدول ویلکاکسون زوجی .........................................................................................................................................79-76

 4-25 تا 4-38 جدول آزمون همبستگی اسپیرمن ............................................................................................................................. .89-80

4-39- تا 4-43 جدول رتبه بندی دو به دو عوامل .................................................................................................................... .. .. 94-89

4-44 جدول رتبه بندی 7 عامل بر اساس اهمیت ......................................................................................................................................94

4- 45جدول رتبه بندی 7 عامل بر اساس وضعیت کنونی ..........................................................................................................................95

**فهرست نمودار**

4-1 نمودارتوزیع فراوانی بر حسب رده سازمانی ............................................................................................................................................55

4-2 نمودارتوزیع فراوانی بر حسب سمت پاسخگو ........................................................................................................................................56

4-3 نمودارتوزیع فراوانی بر حسب سابقه خدمت ..........................................................................................................................................57

4-4 نمودارتوزیع فراوانی بر حسب سن پاسخ دهندگان...................................................................................................................................58

4-19 نمودار عنکبوتی 7 عامل ........................................................................................................................................................................70

4 -20 نموداررادار دیاگرام 7 عامل ................................................................................................................................................................ 73

**فهرست اشکال**

2-1 شکل تفاوت EBو EC ......................................................................................................................................................................20

2-2 شکل مدل TAM ...............................................................................................................................................................................22

2-3 شکل مدل ساده شده TAM ...............................................................................................................................................................23

2-4 شکل مدل توسعه یافته TAM ............................................................................................................................................................24

2-5 شکل مدل ترکیبی اسواتمن و چان .....................................................................................................................................................28

2-6 شکل مدل تصمیم گیری جویت و دیانا .............................................................................................................................................30

2-7 شکل مدل استقرار سه بعدی تجارت الکترونیک ...............................................................................................................................32

2-8 شکل مدل محقق ساخته تجارت الکترونیک......................................................................................................................................35

2-9 شکل مدل تحقیق .............................................................................................................................................................................40

فهرست منابع ................................................................................................................................................................................... 103

**پیوست ها:**

چکیده انگلیسی

**چکیده :**

با توجه به اهمیت موضوع گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات[[1]](#footnote-1) و استفاده از تجارت الکترونیک توسط شرکتها در سراسر جهان، به عنوان یک روش کسب و کار، تحقیق حاضر برای شناسائی عوامل موثر بر استقرار تجارت الکترونیک به صورت موردی در شرکت مفتول چشمه کرمان انجام شده است. در این تحقیق از مدل استقرار [[2]](#footnote-2)EC اسکوپلا 2003 برای بررسی عوامل موثر بر استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مربوطه در قالب پرسشنامه اول و 7 عامل :نقش دولت، زیرساخت تکنولوژیکی، عامل مدیریت، عامل فرهنگی، منابع انسانی، منابع مالی و عامل بازار{مشتری، توزیع، وضعیت رقابتی}و از مدل پذیرش تکنولوژی TAM))[[3]](#footnote-3) دیویس1989برای بررسیمیزان نگرش و ادراکات اجتماعی کارکنان نسبت به تجارت الکترونیکدر قالب پرسشنامه دوم که شامل دو عامل مهم برداشت از سودمندی تکنولوژی و برداشت از سهولت استفاده از فناوری می باشد، استفاده شده است. این دو پرسشنامه بین 30 نفر از مدیران و کارشناسان ارشد شرکت مفتول چشمه توزیع و جمع آوری گردیده است. نتایج تحقیق وتحلیل شکاف انجام شده بین وضعیت کنونی و مطلوب، نشان می دهد شرکت مربوطه از جهت عامل فرهنگی و پشتیبانی مدیریت وضعیت خوبی دارد و باید در زمینه زیرساخت های تکنولوژیکی وآموزش نیروی انسانی بودجه بیشتری صرف نماید. حمایت مالی دولت هم باید بیشتر شودو سازمان با استقرارتجارت الکترونیک توان رقابتی خود را در بازار بالا برد. با انجام آزمون ks غیرنرمال بودن فراوانی پاسخهای ارایه شده، تایید شده، لذا از تحلیل های آماری ناپارامتریک در این تحقیق بهره گرفته شده است. با آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن، رابطه معنادار بین وضعیت نقش دولت و عامل بازاربا مدل TAM بدست آمد وبا آزمون ویلکاکسون، میزان اهمیت عوامل تعیین شد. با آزمون فریدمن عوامل بر اساس اهمیت به شرح زیر رتبه بندی شده اند:

1- زیرساخت تکنولوژی2- عامل مدیریت 3- نقش دولت4- عامل انسانی 5- منابع مالی6- عامل فرهنگی7- عامل بازار(مشتری، توزیع، وضعیت رقابتی) و براساس وضعیت کنونی عوامل به ترتیب: 1- عامل مدیریت2- عامل فرهنگی3- منابع مالی 4 - زیر ساخت تکنولوژی5- عامل بازار (مشتری، توزیع، وضعیت رقابتی)6- عامل انسانی7- نقش دولت، رتبه بندی شده اند.

**مقدمه:**

تجارت الکترونیک امروزه زندگی بشر کنونی را دستخوش تغییرات اساسی نموده است. این متد از نمودهای عینی انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه اقتصاد است. مدلهای تجارت الکترونیک اولین بار در دهه 1970 میلادی ارائه شدندو بیشتر شرکتهای بزرگ مالی و بانکها و شرکتهای بزرگ صنعتی عموم کاربران آنرا تشکیل می دادندو نیاز به سرمایه گذاری سنگین برای تهیه بستر مورد نیاز در این مرحله بود.در مرحله بعد استاندارد مبادله الکترونیکی داده ها ایجاد شد که تعمیمی از مدل نقل و انتقالات مالی و بانکی با ابزارهای نوپای اطلاعاتی بود. در این مرحله نیز برای آموزش پرسنل، سرمایه گذاری لازم بود. (صرافی زاده، 1387، 174)

در نیمه اول 1990 اینترنت گسترش پیدا کرد.گسترش www [[4]](#footnote-4)و استانداردها باعث جذب بیشتر کاربران به اینترنت شد و از ابزارهای IT در این زمینه استفاده می شد. در نیمه 1990 تکنولوژی اطلاعاتی ارتقاء یافت و عموم شرکتهای بزرگ موفقیت خود را مدیون مدلهای پیشرفته تجارت الکترونیک در این دهه بودند. فناوری اطلاعات به صورت ابزار حیاتی برای مدیریت یک استراتژیک است. تعداد زیادی از شرکتها از مجرای اینترنت با مشتریان و شرکتهای رقیب ارتباط داشته و می کوشند تا به مزیت رقابتی برسند. شبکه های امروزی تجارت الکترونیک ملتها و سازمانهارا در همه سایزها (بزرگ کوچک و متوسط) به یکدیگر ارتباط میدهند. ((Gunasek, 2005, 694

 آمار داده شده از حجم مبادلات تجارت الکترونیکی در سالهای اخیر نشان می دهد که وضعیت و شکاف توسعه تجارت الکترونیکی بین کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته بالاست، بنابراین برای از بین بردن این شکاف باید عوامل موثر بر پذیرش و استقرار تجارت الکترونیک را در بین شرکتها راشناسائی نموده و با رفع مشکلات و موانع بتوانند این تکنولوژی را پیاده سازی نمایند و به سطح رشد جهانی برسانند. لذا این تحقیق درراستای بررسی عوامل موثر در استقرار تجارت الکترونیک بر اساس مدل ( اسکوپلا 2003) و بررسی میزان نگرش و ادراکات اجتماعی کارکنان، کارشناسان و مدیران شرکت مربوطه،براساس مدل پذیرش تکنولوژی (دیویس1989)به صورت موردی در شرکت مفتول چشمه کرمان انجام شده است که با دراختیار گذاشتن اطلاعات بدست آمده به شرکت مربوطه و استفاده مدیران برای رسیدن به اهداف بلند پایه در آینده، بتوانند از نظرات و راهکارهای عملی تحقیق انجام شده استفاده نمایند.

**فصل اول :**

 **کلیات تحقیق**

**1-1 بیان مساله:**

یکی از پدیده هائی که امروزه بیشتر سازمانها و شرکتها را دچار تحول ساخته است، فناوری اطلاعات و ارتباطات است. کاربرد و استفاده از اینترنت و تجارت الکترونیک توسط شرکتها درجهان، به روشی از انجام کسب و کار تبدیل شده است. ( Chong e.tal-2001,125) پیشرفت در علوم کامپیوتر وict سازمانها را قادر ساخته است تا به منظور کسب مزیت رقابتی راهبردهای نوین را بکار ببرند. بنابراین شرکتها و سازمانها در سطح ایران برای رسیدن به سطح رشد جهانی در زمینه تجارت الکترونیک باید راهبرد استقرار تجارت الکترونیک را بکار گیرند.

استقرار تجارت الکترونیک شامل عوامل موثری می باشد که در هر شرکت و سازمان میزان اهمیت متفاوتی دارند. بنابراین جنبه های مجهول این مساله شناسائی عوامل تاثیرگذارو میزان اهمیت این عوامل در شرکت مفتول چشمه می باشد. در تحقیق حاضر سعی شده است که میزان تاثیر واهمیت هر یک از عوامل بر اساس مدل استقرارتجارت الکترونیک در شرکتهای کوچک و متوسط( اسکوپلا 2003 ) که شامل سه متغیر محیط خارجی ( نقش دولت، تکنولوژی پشتیبانی زیر ساخت ها و عامل بازار) زمینه سازمانی (دیدگاه وحمایت مدیر ارشد، دیدگاه و دانش کارکنان نسبت به ECو منابع انسانی و مالی ) و زمینه تکنولوژیکی که شامل (موانع و منافع EC، تکنولوژی مرتبط با EC) می باشد، را بررسی کرده و نقاط قوت و ضعف این شرکت را در استقرار تجارت الکترونیک شناسائی نماید.

**1-2اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:**

یکی از مهمترین پیامدهای جهانی شدن افزایش رقابت در اقتصاد بین المللی است، زیرا در این شرایط با رشدحیرت انگیز فناوری اطلاعات و گسترش روزافزون تجارت الکترونیک کارائی اقتصاد بین المللی افزایش خواهد یافت. همچنین رویدادهای جهانی بر همه تصمیمات استراتژیک اثرات واقعی دارند و سازمانها ناگزیرند دیدگاه جهانی داشته باشند( David,2009,16) . بنابراین برای رسیدن به رشد جهانی و افزایش کارائی اقتصادی و کسب مزیت رقابتی استقرار تجارت الکترونیک می تواند به شرکتها و سازمانها کمک شایانی نماید.در بعد دیگر پیاده سازی و استفاده از تکنولوژی جدید، نیازمند ایجاد بسترهای فکری وفرهنگی جهت پذیرش آن از طرف جامعه رفع موانع حقوقی و قانونی و تامین پیش نیازهای سخت افزاری و نرم افزاری می باشد. لذا در این تحقیق از مدل استقرار ECدر شرکتهای کوچک و متوسط (scupola 2003) و مدل پذیرش تکنولوژیTAM (Davis,1998) استفاده کرده تا با شناسائی عوامل موثر بر استقرار و میزان اهمیت آنها و میزان نگرش و ادراکات اجتماعی کارشناسان و مدیران وکارکنان نسبت به این تکنولوژی در شرکت مفتول چشمه، با توجه به وضعیت کنونی مدیران با نقاط قوت و ضعف زمینه های مختلف برای استقرار تجارت الکترونیک آشنا شوند و برای رفع نواقص چاره اندیشی نمایند. ضرورت تحقیق، تقاضای شرکت مفتول چشمه از صنایع مس سرچشمه برای انجام تحقیق جهت بالابردن راندمان شرکت و رقابت با شرکتهای دیگر صنعتی کرمان، به منظور بکارگیری نتایج تحقیق در شرکت مربوطه می باشد.

**1-3 اهداف اصلی تحقیق:**

اولا شناسائی عوامل موثر بر استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه و اندازه گیری میزان اهمیت هر یک از این عوامل در شرکت مربوطه و ثانیا استفاده بهینه از اطلاعات موجود برای رسیدن به اهداف مورد نظر مدیران شرکت مفتول چشمه می باشد.

1-3-1 اهداف فرعی تحقیق :

اهداف فرعی شامل آزمون مدل استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه کرمان، همچنین سنجش نگرش مدیران و کارشناسان وکارکنان شرکت مفتول چشمه نسبت به پذیرش تکنولوژی جدید و ادراکات آنها نسبت به سودمندی و سهولت استفاده از فنناوری EC می باشد.

**1-4 روش شناسی تحقیق: (بر حسب هدف و روش )**

تحقیق حاضر بر اساس مدل استقرار تجارت الکترونیک در شرکتهای کوچک و متوسط ((SCUPOLA2003 و مدل پذیرش تکنولوژی (DAVIS 1989)TAM به صورت کاربردی در شرکت مفتول چشمه انجام شده است.

هدف از تحقیق شناسائی عوامل موثر بر استقرار تجارت الکترونیک و اندازه گیری میزان اهمیت هر یک از عوامل، همچنین سنجش میزان نگرش و ادراکات اجتماعی مدیران و کارشناسان و کارکنان می باشد. سوالات پرسشنامه اول براساس نتایج تحقیقات قبلی در رابطه با موضوع تحقیق و مدل مفهومی تحقیق و سوالات پرسشنامه دوم براساس پرسشنامه استاندارد شده مدل (TAM) طراحی شده است وبا توزیع دو پرسشنامه با طیف 5 گزینه ای لیکرت دربین کلیه مدیران و کارشناسان وکارکنان شرکت مفتول چشمه، اطلاعات مورد نظر تحقیق جمع آوری و با آزمونهای آماری مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفته شده است.

**1-5 پیشینه تحقیق:**

کاربرد و استفاده از اینترنت و تجارت الکترونیک توسط شرکتها در جهان، به روشی از انجام کسب و کار تبدیل شده است.(chong, 2001, 125) پیشرفت در علوم کامپیوتر و ارتباطات شرکتها را قادر ساخته تا به منظور کسب مزیت رقابتی راهبرد های نوین را بکار ببرند. بنابراین شرکتها برای رسیدن به سطح رشد جهانی در زمینه تجارت الکترونیک باید راهبرد استقرار تجارت الکترونیک را بکار گیرند، البته بعد فرهنگی پذیرش تکنولوژی هم دارای اهمیت است.

در محدوده موضوع تحقیق، تحقیقاتی در داخل و خارج کشور صورت گرفته است

در ایران تحقیقاتی با موضوع پایان نامه" بررسی مشكلات و موانع تجارت الکترونیک در شرکتهای صادراتی از ديدگاه مسئولين سازمان توسعه تجارت ایران "در دانشکده مدیریت علامه طباطبائی در سال 1385، پایان نامه " بررسی عوامل موثر بر روند بکارگیری تجارت الکترونیک در ایران " در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال 1382، پایان نامه " طراحی و تبیین مدلی بر تحلیل موانع و فرهنگ سازمانی استقرار تجارت الکترونیکی در سازمانهای صنعتی برتر" دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال 1382، مقاله " چارچوب ارزیابی پذیرش تجارت الکترونیک در شرکتهای ایرانی" در دانشکده مدیریت تربیت مدرس در سال 1385 .

 در خارج مقاله "فاکتورهای موفقیت تجارت الکترونیک در شرق و غرب " در کره شمالی در سال 2008، مقاله" فاکتورهای تاثیرگذار بر پذیرش EC در شرکتهای تولیدی الکترونیکی در کشور مالزی درسال 2007 ، پایان نامه"سازگاری و پذیرش تکنولوژی EC توسط مشتریان" در اسپانیا در سال 2008 ، مقاله " بررسی عوامل موثر بر استقرار تجارت الکترونیک " در دو کشور دانمارک و استرالیا در سال 2008 انجام شده است که در فصل دوم جزئیات آنها آورده شده است.

1-6چارچوب نظری تحقیق:

مدل تحلیلی این پایان نامه 3 متغیر اصلی ( محیط خارجی، زمینه سازمانی، زمینه تکنولوژی )را مورد بررسی قرار می دهد . این متغیر ها توسط دو محقق به نامهای (Fleischer & Tornatzky ,1990) گسترش یافته اندو در سال 2003 توسط اسکوپلا مورد آزمون و به صورت مدل کلی استقرار تجارت الکترونیک در شرکتهای کوچک و متوسط در آمده اند.

اولین متغیر اصلی محیط خارجی شامل نقش دولت و تکنولوژی پشتیبانی زیر ساخت ها و عامل بازار توسط Scupola, 2005/kuan ,2001/ Badhirah, 2004)) مورد تائید و آزمون قرار گرفته اند.

دومین متغیر اصلی زمینه سازمانی شامل دیدگاه و حمایت مدیر ارشدتوسط (Jeyarjy ,2006) و دیدگاه و دانش کارکنان نسبت به تجارت الکترونیک توسط (Sabherwal, 2006) و نیروی انسانی آموزش دیده و منابع مالی هم توسط (Jacovou Tornatzky/ Scupola, 2003) مورد تائید و آزمایش قرار گرفته اند.

سومین متغیر اصلی زمینه تکنولوژیکی شامل موانع و مزایای تجارت الکترونیک توسط (Scupola 2003 Tan. Teo 2000) و تکنولوژی مرتبط با تجارت الکترونیک توسط (Jeyarjy ,2006) مورد تائید و آزمایش قرار گرفته اند.در آزمون این مدل متغیر های دیگری مانند وضعیت رقابتی شرکتهاو وضعیت اقتصادی مورد آزمون قرار گرفته اند.

همچنین در این تحقیق برای بررسی میزان نگرش و ادراکات اجتماعی کارکنان و مدیران نسبت به استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مربوطه از دو عامل مهم برداشت از سودمندی تکنولوژی و برداشت از سهولت استفاده از فناوری مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) دیویس 1989 استفاده شده است.

**1-7 سوالات تحقیق:**

1) آیا عوامل مربوط به محیط خارجی(نقش حمایتی دولت، تکنولوژی پشتیبانی زیرساخت هاوعامل بازار) بر استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه تاثیر گذار هستند؟ اهمیت کدام یک از عوامل بیشتر است؟

2) آیا عوامل مربوط به زمینه سازمانی ( دیدگاه و حمایت مالی مدیر ارشد، دیدگاه و دانش کارکنان نسبت به استقرار تجارت الکترونیک، توانمندیهای نیروی انسانی و منابع مالی ) بر استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه تاثیر گذار هستند؟ اهمیت کدام یک از عوامل بیشتر است؟

3) آیا عوامل مربوط به زمینه تکنولوژیکی (موانع و منافع EC ، تکنولوژی مرتبط با تجارت الکترونیک ) در شرکت مفتول چشمه تاثیرگذار هستند؟ اهمیت کدام یک از عوامل بیشتر است؟

4) نگرش کارکنان و مدیران نسبت به سودمندی تکنولوژی و سهولت استفاده از فناوری EC چگونه است؟ کدام یک از سه عوامل فوق براین نگرش تاثیر دارند؟

**1-8 فرضیه های تحقیق:**

**1**-8- 1 نقش حمایتی دولت دراستقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

 1-8-2 تکنولوژی پشتیبانی زیر ساخت ها در استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

 1-8-3 عامل بازاردر استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

1-8-4 پشتیبانی مدیریت در استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

1-8-5 عامل فرهنگی در استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

1-8-6توانمندیهای نیروی انسانی در استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

1-8-7منابع مالی در استقرار تجارت الکترونیک در شرکت مفتول چشمه موثراست.

**1-9 قلمرو مکانی تحقیق:**

تحقیق حاضر به صورت مطالعه موردی در شرکت مفتول چشمه کرمان که یکی از شرکتها ی زیر مجموعه شرکت صنایع مس سرچشمه کرمان می باشد، انجام گرفته شده است.

**1-10 قلمرو زمانی تحقیق :**

تحقيق حاضر از اسنفد ماه 1388 شروع و شهريور ماه 1389 به پايان رسيده است .در این تحقیق از اطلاعات مربوط به وضعیت کنونی شرکت مربوطه تا تیرماه سال 1389 استفاده شده است.

**1-11 روش نمونه گیری :**

 با توجه به محدود بودن تعداد جامعه آماری، پرسشنامه ها بین تمامی مدیران وکارشناسان وکارکنان شرکت مفتول چشمه توزیع گردید و از روش نمونه گیری تمام شماری استفاده شده است.

**1-12 ابزار گرد آوری داده ها:**

با استفاده از مطالعه تحقیقات پیشین در رابطه با موضوع تحقیق و مقالات علمی داخلی و خارجی مدل مفهومی تحقیق نهایی شد، سپس با نظر کارشناسان مربوطه و اساتید راهنما ومشاور دو پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد نظر تحقیق بر اساس طیف 5 گزینه ای لیکرت برای توزیع بین مدیران و کارشناسان و کارکنان شرکت مفتول چشمه تهیه گردید.

1- 13**روش تجزیه و تحلیل داده ها:**

با استفاده از نرم افزار SPSS، تحلیل های آماری توصیفی(فراوانی، میانگین گیری، گرایش به مرکزو پراکندگی)، نمودار تحلیل شکاف (عنکبوتی ) و تحلیل های آمار استنباطی (همبستگی وآزمون ویلکاکسون ورتبه بندی فرید من) انجام شده است.

**1-14 واژگان کلیدی تحقیق:**

**تجارت الکترونیک :** خرید فروش مبادله کالا و خدمات و اطلاعات از طریق شبکه های رایانه ای از جمله اینترنت. این نوع تجارت بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده ها مبتنی است.(fujit, 1999, 694)

هر نوع مبادله اطلاعات مربوط به امور تجاری از طریق ابزار الکترونیکی حتی تلفن و فاکس. (Clarke,1999)

 **(فناوری اطلاعات) :** به مطالعه، طراحی، توسعه و پیاده سازی، پشتیبانی و مدیریت سیستمهای اطلاعاتی بر رایانه خصوصا نرم افزار و سخت افزار می پردازد.(مقالهانجمن فناوری اطلاعات امریکاو 1384، 1)

فناوری اطلاعات متشکل از چهار عنصر اصلی ( انسان، سازو کار، ابزار و ساختار ) است .

 در این فناوری، اطلاعات از طریق زنجیره ارزشی که از بهم پیوستن این عناصر ایجاد می شود جریان یافته و پیوسته تعالی و تکامل را فرا راه خود قرار می دهد.

مبادله الکترونیکی داده ها : EDI

در سیستم EDI به جای اسناد سنتی در تجارت مانند صورتحساب، بارنامه و غیره از داده های ساخته یافته الکترونیکی از طریق شبکه استفاده می شود، بطوری که داده های هماهنگ ارائه شده برای دو طرف تماس دارای استاندارد باشد. (صرافی زاده، 1387، 174 )

1. INFORMATION & COMMUNICATION TEChNOLOGY(ICT) [↑](#footnote-ref-1)
2. ELECTRONIC COMMERCR (EC) [↑](#footnote-ref-2)
3. Technology Acceptance Model( TAM) [↑](#footnote-ref-3)
4. Word wide web [↑](#footnote-ref-4)