

عوامل زمینه‌ای و تاثیر عملکرد استفاده از تجارت الکترونیک (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان در شهر تهران)

هدیه بزرگپور مطلق

فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش تولید، دانشگاه علوم تحقیقات تهران (البرز)، کرج، ایران.

چکیده

امروزه توسعه صنایع و کسب‌وکارهای کوچک، رمز توسعه اقتصادی دهه آینده است. حرکت به سمت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نه تنها امری بهینه و سودآور، بلکه در شرایط فعلی کشور امری لازم و ضروری برای رسیدن به توسعه پایدار می‌باشد؛ چراکه این شرکت‌ها پشتوانه اصلی اقتصاد در فرایند صنعتی شدن و مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند. لذا هدف پژوهش حاضر، بررسی ارتباط بین عوامل زمینه‌ای و اثرات عملکرد استفاده از تجارت الکترونیک می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش، پیمایشی-همبستگی است. بدین منظور نمونه‌ای شامل ۹۲ نفر برگرفته شده از کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران اتخاذ و در ادامه پرسشنامه استاندارد که اعتبار و روایی آن‌ها احراز گردیده است توسط این آزمودنی‌ها تکمیل شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات به کمک روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار Smart PLS3 صورت گرفت. نتایج به دست آمده نیز حاکی از تأثیرگذاری عوامل زمینه‌ای بر عملکرد استفاده از تجارت الکترونیک و استفاده از تجارت الکترونیک بر اثرات استراتژیک، مدیریتی و عملیاتی بود.

واژه‌های کلیدی: بستر فنی، بستر سازمانی، بستر محیطی، استفاده از کسب و کار الکترونیک، اثر استراتژیک، اثر مدیریتی، اثر عملیاتی

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۴۶۶-۴۷۸