

بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات (مورد مطالعه: صنعت داروسازی در شهر مشهد)

محمدجواد عزیزآبادی

کارشناسی ارشد مطالعات منطقه ای، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

mjazizi@gmail.com

شماره ۲۹ پاییز ۱۳۹۹ (جلد اول) / صص ۱۴۸-۱۵۹
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

چکیده

امروزه تکنولوژی های مدرن تقریباً هر جنبه از زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده اند که منجر به تغییرات چشمگیر در عرصه کسب و کار می شود. راه حل های تجاری و تجارت الکترونیک تجارت را تسهیل می کند و امکان تکمیل فرآیندهای تجاری برای صادرات و واردات در حداقل زمان و هزینه را فراهم می سازد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی- تحلیلی با استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات می باشد. جامعه آماری پژوهش، متخصصان و اساتید حوزه صادرات بوده اند و تعداد نمونه ۱۰۰ نفر در نظر گرفته شده است. روایی سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان حوزه مدیریت بازرگانی مورد تأیید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ ۰,۷۹ محاسبه شد. این پرسشنامه پس از تأیید و تعیین روایی و پایایی، توسط محقق در بین متخصصان و اساتید حوزه صادرات در شهر مشهد با روش نمونه گیری تصادفی ساده توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، از نرم افزار SPSS استفاده شده است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف غیرنرمال بودن داده ها را نشان داد به همین جهت برای بررسی فرضیات پژوهش از آزمون رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. نتایج تحلیل داده ها حاکی از آن بود که نشان داد که تجارت الکترونی با ضریب $Beta=0.864$ تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه صادرات دارد. همچنین مثبت بودن عدد رگرسیون ($R=0.864$) به این معنا بود که رابطه مستقیمی میان تجارت الکترونیک (متغیر وابسته) و توسعه صادرات (متغیر مستقل) وجود دارد. در کل نتایج آزمون رگرسیون خطی ساده تمامی فرضیه های پژوهش را تأیید کرد.

واژگان کلیدی: تجارت الکترونیک، توسعه صادرات، بهبود کارایی، درآمد، هزینه.

مقدمه

تجارت الکترونیک واژه ای است که امروزه در مقالات و ادبیات بازرگانی و تجارت و رسانه های عمومی بسیار به گوش می رسد. این پدیده نوین هم به علت نوپا بودن و هم به علت کاربردها و زمینه های بسیار متنوع فعالیت، نزد مراجع گوناگون