

فرهنگ پذیرش تجارت الکترونیک بامیانگیری اعتماد مصرف کننده

مطالعه موردی بر

شرکت های تولیدی شهرک صنعتی شهرستان سندج

فرحناز حسن خانی



انتشارات کتابچه

سرشناسه	حسن خانی، فرحناز، ۱۳۷۱ -
عنوان و نام پدیدآور	فرهنگ پذیرش تجارت الکترونیک با میانجیگری اعتماد مصرف کننده: مطالعه موردی بر شرکت های تولیدی شهرک صنعتی شهرستان سنندج/فرحناز حسن خانی.
مشخصات نشر	سنندج: کتابچه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۸۰ ص.: جدول، نمودار؛ ۵/۱۴×۵/۲۱ س.م.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۴۳۷-۴۶-۲
وضع فهرست نویسی	فیاپا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	کتاب حاضر در اصل پایان نامه مولف است.
موضوع	بازرگانی الکترونیکی -- ایران -- مدیریت -- نمونه پژوهی
موضوع	Electronic commerce -- Iran -- Management -- Case studies
موضوع	بازرگانی الکترونیکی -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
موضوع	Electronic commerce -- Customer services -- Iran -- Case studies
موضوع	مصرف کنندگان -- ایران -- رضایت -- نمونه پژوهی
موضوع	Consumer satisfaction -- Iran -- Case studies
موضوع	مصرف کنندگان -- ایران -- رفتار -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	Consumer behavior -- Iran -- Social aspects -- Case studies
رده بندی کنگره	HF۵۵۴۸/۳۲۵
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۵۸۸۰۶۵۷



سازمان کتابخانه

کتابخانه ملی تجارت الکترونیک

با میانجیگری اعتماد معروف کننده

مؤلف: فرحان حسن خانی

ناشر: انتشارات کتابخانه

صفحه آرایشی و جلد: شایسته احمدیان

سال چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

مرکز پخش: سندج، مجتمع تجاری کردستان، واحد ۲۲۳

تلفن: ۰۸۷۳۳۲۲۹۹۶۸

فروشگاه آنلاین: www.Ketabchepub.ir

info@Ketabchepub.ir

فهرست مطالب

۱۲	مقدمه
	فصل اول - تعاریف مفهومی و عملیاتی
۱۶	تعاریف مفهومی متغیر مستقل: فرهنگ ملی
۱۸	تعاریف مفهومی متغیر وابسته: تجارت الکترونیک
۱۹	تعاریف مفهومی متغیر میانجی: اعتماد مصرف کننده
۱۹	تعاریف عملیاتی متغیر مستقل: فرهنگ ملی
۱۹	تعاریف عملیاتی متغیر وابسته: تجارت الکترونیک
۲۰	تعاریف عملیاتی متغیر میانجی: اعتماد مصرف کننده
	فصل دوم - فرهنگ ملی
۲۳	بخش اول - فرسنگ ملی
۲۳	تعاریف فرهنگ ملی
۲۳	ویژگیهای فرهنگ
۳۵	عوامل و اجزا فرهنگ
۴۰	شکل گیری فرهنگ سازمانی
۴۳	قدرت فرهنگ
۵۲	ابعاد فرهنگی هافستد
۵۵	بخش دوم مبانی نظری: متغیر میانجی اعتماد مصرف کننده
۵۵	تعریف کلی اعتماد
۶۷	سطوح اعتماد
۷۰	اهمیت اعتماد و دلایل انتخاب آن
۷۱	مشخصات اعتماد
۷۲	ابعاد اعتماد

۷۳	اعتماد و لزوم توجه به آن در سازمانها و شرکتهای
۷۷	نظریه های اعتماد
۷۷	نظریه پردازان کلان اعتماد
۷۸	نظریه پردازان خرد اعتماد
۸۱	دیدگاه های مختلف در حوزه اعتماد
۸۱	دیدگاه نظریه عقلانی
۸۱	دیدگاه نظریه بازی
۸۲	دیدگاه مکتب مبادله
۸۲	اعتماد در روابط اجتماعی
۸۴	قواعد و روانشناختی
۸۶	مکانیزم های ایجاد اعتماد
۹۰	بخش سوم سامان نظری پذیرش تجارت الکترونیک
۹۰	تعریف تجارت الکترونیکی
۹۲	انواع تجارت الکترونیکی
۹۳	مراحل تجارت الکترونیکی
۹۶	مدل های تجارت الکترونیکی
۹۸	مدل B۲B:
۹۹	مدل های B۲C و C۲B
۱۰۰	مدل C۲C
۱۰۱	مدل های در ارتباط با دولت
۱۰۱	مزایا و معایب تجارت الکترونیکی
۱۰۸	عوامل موثر بر پیاده سازی تجارت الکترونیکی
۱۰۶	موانع پیاده سازی تجارت الکترونیکی
۱۱۰	دولت الکترونیک

فصل سوم - گذری بر روش کار

۱۱۳	نوع پژوهش
۱۱۳	جامعه آماری پژوهش
۱۱۴	حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۱۱۶	روش‌های گردآوری اطلاعات
۱۱۶	ابزار گردآوری اطلاعات
۱۱۹	روائی (اعتبار) و پایایی (اعتماد) ابزار سنجش
۱۱۹	تعیین روش ابزار سنجش
۱۱۹	تعیین پایایی ابزار سنجش
۱۲۰	روش‌های تحلیل آماری
۱۲۰	آمار توصیفی
۱۲۱	آمار استنباطی
۱۲۲	آزمون سوبل
	فصل چهارم - تحلیلی بر کار
۱۲۴	توصیف جمعیت شناختی نمونه آماری
۱۲۴	توصیف نمونه آماری بر اساس جنسیت
۱۲۵	توصیف نمونه آماری بر اساس سن
۱۲۶	توصیف نمونه آماری بر اساس سطح تحصیلات
۱۲۸	توصیف نمونه آماری بر اساس سابقه فعالیت
۱۳۰	تحلیل آماری سوالات
۱۳۰	تحلیل آماری سوالات فرهنگ ملی
۱۳۳	تحلیل آماری سوالات اعتماد مصرف کننده
۱۳۶	تحلیل آماری سوالات تجارت الکترونیک
۱۳۶	آمار استنباطی

۱۳۸	آزمون فرضیه اصلی پژوهش
۱۴۰	آزمون فرضیه های فرعی پژوهش
۱۴۰	آزمون فرضیه فرعی اول
۱۴۱	۱-۲-۱- آزمون فرضیه فرعی دوم
۱۴۳	۱-۲-۲- آزمون فرضیه فرعی سوم
۱۴۴	آزمون فرضیه فرعی چهارم
	آزمون تایید فرضیه میانجیگری اعتماد مصرف کننده با استفاده از
۱۴۵	آزمون سوبل
۱۴۵	پیش فرض ها- انجام آزمون سوبل
۱۴۵	پیش فرض اول- ضریب همبستگی میان متغیرهای پژوهش
۱۴۸	پیش فرض دوم- آزمون رگرسیون
۱۴۸	آزمون رگرسیون
۱۴۹	پیش فرض های آزمون رگرسیون
۱۴۹	بررسی نرمال بودن باقی مانده های غیر اتاندارد
۱۵۰	بررسی نرمال بودن توزیع خطاها
۱۵۳	رگرسیون ساده (متغیر مستقل و میانجی)
۱۵۵	رگرسیون چند متغیره (متغیر مستقل میانجی با وابسته)
۱۵۸	آزمون سوبل
۱۶۲	نتایج آمار توصیفی
۱۶۲	نتیجه فرضیه اصلی
۱۶۴	نتایج فرضیه فرعی اول
۱۶۴	نتایج فرضیه فرعی دوم
۱۶۵	نتایج فرضیه فرعی سوم
۱۶۵	نتایج آزمون فرضیه فرعی چهارم

۱۶۵	پیشنهادهات بر مبنای فرضیات
۱۶۶	پیشنهادهای برای فرضیه اصلی
۱۶۷	پیشنهادهای بر مبنای فرضیات فرعی
۱۷۰	پیشنهادهای پژوهشهای آتی
۱۷۱	محدودیتها
۱۷۲	منابع و مآخذ

www.ketab.ir