

۵۰۳۳۶۲

پنجره واحد تجاری

(ایده ای برای تسهیل تجارت)

نویسنده:

سین نژادکیخا



نماژوینا

تهران - ۱۳۹۶

روزنامه تجارت و صنعت
(تجارت و صنعت روز ایران امیر)

سرشناسه	: نژادکیخا، حسین، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: پنجره واحد تجاری (ایده ای برای تسهیل تجارت) / حسن نژاد کیخا.
مشخصات نشر	: تهران : ندای آریانا، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۰ ص.
شابک	: 978-600-5770-41-4
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بازارگانی الکترونیکی -- ایران -- چابهار -- نمونه پژوهی
موضوع	: Case studies -- Electronic commerce -- Iran -- Chabahar
رده بندی کنگره	: HF۵۵۴۸/۳۲۵ الف/۱۳۹۶۹ ن ۴
رده بندی دیویی	: ۸۷۲۰۹۵۵۷۴۵۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۷۱۲۷۹۷

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



پنجره واحد تجاری (ایده‌ای برای تسهیل تجارت)

تألیف: حسین نژاد کیخا

ناشر: انتشارات ندای آریانا

چاپ: اول ۱۳۹۶

شمارگان: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۷۷۰-۴۱-۴

قیمت ۱۱۰۰۰ تومان

تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

۱۳	فصل اول
۱۵	۱-۱- مقدمه
۱۵	۱-۲- بیان مسئله و موضوع تحقیق
۱۷	۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
۱۸	۱-۴- اهداف تحقیق
۱۸	۱-۵- سئوالات تحقیق
۱۹	۱-۶- فرضیات تحقیق
۱۹	۱-۷- روش تحقیق
۱۹	۱-۸- جامعه آماری و نمونه آماری
۲۰	۱-۹- قلمرو تحقیق
۲۰	۱-۱۰- ابزار گردآوری اطلاعات
۲۱	۱-۱۱- روش تجزیه و تحلیل داده ها
۲۱	۱-۱۲- تعاریف واژگان کلیدی
۲۱	۱-۱۳- خلاصه فصل اول
۲۳	فصل دوم: مروری بر ادبیات تحقیق
۲۵	بخش اول- مدل ها و تعاریف
۲۵	۲-۱- مقدمه
۲۵	۲-۱-۲- پنجره واحد تجاری
۲۶	۲-۱-۳- ویژگی پنجره واحد تجاری
۲۷	۲-۱-۴- مهم ترین منافع پنجره تجاری دولت برای تجار و دولت
۲۸	۲-۱-۵- سازمان
۲۹	۲-۱-۶- تجارت الکترونیک
۳۰	۲-۱-۷- مدل های تجارت الکترونیک

۳۲	۸-۱-۲- بازاریابی الکترونیک
۳۳	۹-۱-۲- دولت الکترونیک
۳۴	۱-۹-۲- فاکتورهای ایجاد دولت الکترونیک
۳۵	۱۰-۱-۲- اهداف دولت الکترونیک
۳۷	۱۱-۱-۲- مزایای دولت الکترونیک
۳۸	۱۲-۱-۲- فرهنگ
۳۸	۱-۱۲-۲- فرهنگ
۳۹	۱۳-۱-۲- نقش فرهنگ سازمانی در سازمان
۴۱	۱۴-۱-۲- مشارکت کارکنان
۴۲	۱۵-۱-۲- مدیریت مشارکتی
۴۳	۱۶-۱-۲- سطح مشارکت کارکنان
۴۵	۱۷-۱-۲- مقاومت کارکنان
۴۷	۱۸-۱-۲- مقاومت در برابر تغییرات
۴۷	۱۹-۱-۲- مقاومت های فردی
۴۹	۲۰-۱-۲- نگرش کارکنان در سازمان
۴۹	۲۱-۱-۲- عوامل موثر بر نگرش افراد در سازمان
۵۰	۲۲-۱-۲- شناسایی عوامل و مدل استاندارد تحقیق
۵۳	بخش دوم: پیشینه و جامعه آماری
۵۳	۱-۲-۲- پیشینه پژوهش
۵۸	۲-۲-۲- معرفی جامعه آماری

۶۳	فصل سوم روش تحقیق:
۶۵	۱-۳- مقدمه
۶۵	۲-۳- روش تحقیق
۶۵	۳-۳- متغیرهای تحقیق
۶۶	۴-۳- متغیرهای مستقل
۶۹	۵-۳- بررسی سوالات مربوط به متغیرها

۷۰	۳-۶- متغیر وابسته
۷۰	۳-۷- جامعه آماری
۷۰	۳-۷-۱- نمونه آماری
۷۱	۳-۷-۲- ابزار اندازه‌گیری و روش اجرای پژوهش
۷۲	۳-۸- اعتبار (روایی)
۷۳	۳-۹- قابلیت (پایایی)
۷۴	۳-۱۰- روش‌های آماری
۷۴	۳-۱۰-۱- آمار توصیفی
۷۴	۳-۱۰-۲- آمار تحلیلی و استنباطی
۷۵	۳-۱۰-۳- آزمون‌های آماری
۷۶	۳-۱۱- خلاصه فصل

فصل چهارم: تجزیه تحلیل داده‌ها

۷۹	۴-۱- مقدمه
۷۹	بخش اول
۷۹	۴-۲- تحلیل توصیفی و ویژگی‌های آن
۸۰	۴-۲-۱- پراکنش پاسخگویان بر حسب جنسیت
۸۱	۴-۲-۲- پراکنش پاسخگویان بر حسب سن
۸۲	۴-۲-۳- پراکنش پاسخگویان بر حسب تحصیلات
۸۳	۴-۲-۴- پراکنش پاسخگویان بر حسب سابقه کار
۸۴	۴-۳- تشریح و آمار توصیفی سئوالات پرسش‌نامه
۸۹	۴-۴- تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها
۸۹	۴-۴-۱- آزمون فرضیه اول
۹۰	۴-۴-۲- آزمون فرضیه دوم
۹۱	۴-۴-۳- آزمون فرضیه سوم
۹۲	۴-۴-۴- آزمون فرضیه چهارم
۹۳	۴-۵- تحلیل واریانس برای چهار متغیرهای تحقیق

۹۵ ۴-۶-آزمون فرید من

۹۷ ۴-۷-خلاصه فصل چهارم

۹۹ فصل پنجم: بحث در نتایج و پیشنهادات

۱۰۱ ۵-۱-مقدمه

۱۰۱ ۵-۲-منظرهای تحقیق

۱۰۲ ۵-۳-نتایج دست آمده از آمار توصیفی

۱۰۲ ۵-۴-تنبیل نتایج

۱۰۴ ۵-۴-۱-آزمون فرید من

۱۰۴ ۵-۵-هدف تحقیق

۱۰۵ ۵-۶-بحث و بررسی نتایج تحقیق

۱۰۶ ۵-۷-نتیجه گیری و مقایسه با سایر تحقیقات

۱۰۷ ۵-۸-پیشنهادهای تخصصی تحقیق

۱۰۸ ۵-۹-سایر پیشنهادات

۱۰۹ ۵-۱۰-محدودیت های تحقیق

۱۰۹ ۵-۱۰-پیشنهادهای برای محققین آینده

۱۱۱ منابع و مآخذ

فهرست جداول

۲۸ جدول ۲-۱-جدول منافع دولت و تجارت در استفاده از پنجره تجاری

۶۶ جدول ۳-۱-جدول متغیرهای آمار توصیفی تحقیق به تفکیک مقیاس سنجش هر یک

۶۷ جدول ۳-۲-سوالات متغیرهای تحقیق در پرسش نامه

۶۹ جدول ۳-۳-بررسی سوالات مربوط به فرضیه ها

۷۰ جدول ۳-۴-متغیر وابسته تحقیق

جدول ۳-۵- بخش‌های پرسشنامه تحقیق به همراه تعداد سوالات هر بخش و مقیاس	۷۱
جدول ۳-۶- نتایج آزمون پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ	۷۴
جدول ۴-۱- پراکنش پاسخگویان بر حسب جنسیت	۸۰
جدول ۴-۲- پراکنش پاسخگویان بر حسب سن	۸۱
جدول ۴-۳- پراکنش پاسخگویان بر حسب تحصیلات	۸۲
جدول ۴-۴- پراکنش پاسخگویان بر حسب میزان تجربه کاری	۸۳
جدول ۴-۵- عوامل مربوط به عامل فرهنگ سازمانی بر استقرار پنجره واحد تجاری	۸۴
جدول ۴-۶- عوامل مربوط به مشارکت کارکنان بر استقرار پنجره واحد تجاری	۸۵
جدول ۴-۷- عوامل مرتبط به سهولت استفاده ادراک شده بر استقرار پنجره واحد تجاری	۸۷
جدول ۴-۸- عوامل مرتبط به مقاومت در برابر تغییر بر استقرار پنجره واحد تجاری	۸۸
جدول ۴-۹- تأثیر فرهنگ سازمانی بر استقرار پنجره واحد تجاری با استفاده از آزمون t	۹۰
جدول ۴-۱۰- تأثیر مشارکت کارکنان بر استقرار پنجره واحد تجاری با استفاده از آزمون t	۹۱
جدول ۴-۱۱- تأثیر سهولت استفاده ادراک شده بر استقرار پنجره واحد تجاری با استفاده از آزمون t	۹۲
جدول ۴-۱۲- تأثیر مقاومت در برابر تغییر بر استقرار پنجره واحد تجاری با استفاده از آزمون t	۹۳
جدول ۴-۱۳- نتایج همگن بودن متغیرها	۹۴
جدول ۴-۱۴- جدول آنووا برای تحلیل واریانس	۹۵
جدول ۴-۱۵- نتایج سطح معنی درای جهت انجام آزمون فریدمن	۹۶
جدول ۴-۱۶- رتبه بندی فرضیه ها با استفاده از آزمون فریدمن	۹۶

پیشگفتار

تحقیق حاضر کوششی است جهت بررسی تجزیه تحلیل شناسایی و رتبه بندی عوامل سازمانی موثر بر استقرار پنجره واحد تجاری در منطقه آزاد تجاری چابهار در استان سیستان و بلوچستان می باشد. هدف این تحقیق شناسایی و رتبه بندی مهم ترین عوامل در رابطه با عوامل سازمانی موثر بر استقرار پنجره واحد تجاری در سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار تاثیر گذار است، مورد بحث و بررسی قرار گیرد. سئوالات این پژوهش بر بنای متغیرها و چهار عامل مهم (فرهنگ سازمانی- مشارکت کارکنان- سهولت استفاده ادراک شده و مقاومت در برابر تغییر و متغیر وابسته: استقرار پنجره واحد تجاری) و بر اساس روش توصیفی از شاخه پیمایشی پس از جمع آوری اطلاعات متغیرها در چارچوب های بررسی شده است. مبنای جامعه آماری در این تحقیق کارکنان اداره کل گمرک و کارکنان امورات گمرکی منطقه آزاد تجاری چابهار در بخشهای اداری و مدیریت بوده که حدود ۱۳۵ نفر مدیر و مسئول می باشد، که با توجه به فرمول کوکران ۹۵ نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد و پرسش نامه های تحقیق به صورت کاملا تصادفی میان آنه توزیع گردید و بعد از جمع آوری و تلخیص داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای اثبات انطباق بودن داده ها و آزمون تی تک نمونه ای برای تایید و رد فرضیه ها و از تحلیل رتبه بندی برای رتبه بندی جهت رتبه بندی هر یک از متغیرها در مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته شد. نتایج بررسی در سطح خطای ۵ درصد نشان داد که منظر مشارکت کارکنان بالاترین اهمیت را در استقرار پنجره واحد تجاری را دارد. با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق پیشنهاداتی (اجرایی- کاربردی) نیز ارائه گردید.