



دانشگاه آزاد اسلامی

(واحد الکترونیکی)

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات

موضوع تحقیق

بررسی تاثیر ویژگیهای سایت اینترنتی بر رفتار خریداران و سرمایه گذاران

سازمان بنادر و دریانوردی به ویژه منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد

استاد راهنما

دکتر بهرام خیری

استاد مشاور

دکتر وحید رضا میرآبی

نگارنده : امیر فرزادنیا

سال ۱۳۹۳



اجرای این پایان نامه مورد حمایت مالی سازمان بنادر و دریانوردی قرار گرفته است و سازمان به عنوان تنها مرجع حاکمیتی کشور در امور بندری، دریایی و کشتیرانی بازرگانی به منظور ایفای نقش مرجعیت دانشی خود و در راستای تحقق راهبردهای کلان نقشه جامع علمی کشور مبنی بر "حمایت از توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و تسهیل انتقال و انتشار دانش و سامان‌دهی علمی" از طریق "استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنجش و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه برای نشریات، اختراعات و اکتشافات پژوهشگران"، اقدام به ارایه این اثر در سایت SID می‌نماید.



چکیده :

امروزه بازارهای جهانی در قالب شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی روز بروز با فرآیندهای جدیدی در کسب و کار مواجه می شوند . این فرآیندهای نوین در عرصه بازار ، قوانین و مقررات ، تجارت‌های پولی و سرمایه گذاریهای اقتصادی باعث سرعت رشد و شکوفایی اقتصادی هر مجموعه درگیر با این شبکه (تحت WWW) جهانی شده است . سایتهای اینترنتی به عنوان دریچه به دنیای تجارت جهانی برای مراکز تجاری و کاربران جویایی اطلاعات نقش بسیار حیاتی در این بازار ایفا می کنند .

طراحی و نقشه اجرائی هر سایت که دستخوش پارامترهای گوناگونی خواهد بود در میزان بکارگیری ، مراجعه و نهایتا تامین نیازهای کاربر از مجموعه مطالب یا موضوعات گنجانده شده در سایت میتواند تاثیر گذار باشد . طبیعتا جلب رضایت و علاقه مندی و تاثیر بر علایق درونی هر کاربر در برخورد با نحوه ارائه سایت ، میتواند تاثیراتی در جهت ایجاد یک ارتباط مثبت با سایت و خدمات یا امکانات ارائه شده توسط آن داشته باشد .

این تحقیق پس از بررسی ادبیات موضوعی و قابلیت‌های نهفته جهت سرمایه گذاری در یک مرکز تجاری همانند بندر که بطور نمونه بندر امیرآباد خواهد بود و با استفاده از مدل سازی و معادلات ساختاری و براساس داده های حاصل از پرسشنامه هایی که توسط مدیران مجموعه های سرمایه گذار ، شرکتهای تجاری ، مدیران و مسئولین مرتبط با بخشهای سرمایه گذاری بندر امیرآباد و مسئولین سایت بندر بدست آمده است ، مدلی مفهومی و تصمیم ساز برای تبیین پیوندهای علی و عملی موثر بر رفتارهای مخاطبین سایت را تهیه و مورد آزمون قرار داد . نتایج پژوهش نشان خواهد داد که نقاط ضعف سایت بندری ، همانند بندر امیر آباد نسبت به بنادر معتبر جهان چیست و با تغییر و بهبود آن سایت تاثیر رفتاری کاربران به ویژه سرمایه گذاران و شرکتهای تجاری نسبت به سایت ارائه شده به چه نحوی خواهد بود و در نهایت پیشنهاداتی برای مسئولین بندر و محققین آتی ارائه خواهد شد .

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول : بیان مساله و طرح تحقیق

۱	چکیده
۱	۱-۱ : مقدمه
۴	۲-۱ : بیان مساله
۵	۳-۱ : پیشینه تحقیق
۷	۴-۱ : اهمیت تحقیق
۸	۴-۱-۱ : منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد
۹	۵-۱ : هدف تحقیق
۱۰	۶-۱ : چارچوب نظری تحقیق
۱۱	۶-۱-۱ : مدل عوامل موفقیت سایت تجاری
۱۸	۷-۱ : فرضیات تحقیق
۱۹	۸-۱ : روش تحقیق
۲۰	۹-۱ : جامعه آماری و نمونه آماری
۲۰	۱۰-۱ : قلمرو تحقیق
۲۰	۱۱-۱ : روشها و ابزار جمع آوری داده ها
۲۱	۱۲-۱ : روش تجزیه تحلیل تحقیق
۲۱	۱۳-۱ : تعاریف متغیرها

فصل دوم : ادبیات تحقیق

- ۲۴ ۲-۱ : مقدمه
- ۲۵ ۲-۲ : تجارت الکترونیکی
- ۲۷ ۲-۳ : بررسی پیشینه تحقیق (برون سازمانی)
- ۳۱ ۲-۴ : استاندارد ISO 1941
- ۳۵ ۲-۵ : سیر تحول مناطق آزاد و مناطق ویژه اقتصادی
- ۳۸ ۲-۵-۱ : نسلهای مختلف مناطق آزاد اقتصادی
- ۴۰ ۲-۵-۲ : منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد
- ۴۰ ۲-۵-۳ : امکانات و سیستم های موجود در بندر امیرآباد
- ۴۲ ۲-۵-۴ : سایت اطلاع رسانی بندر امیرآباد
- ۴۴ ۲-۶ : ویژگیهای یک سایت تجاری به عنوان یک الگویی برای بندر
- ۴۶ ۲-۶-۱ : اهمیت وب سایت در تجارت الکترونیک
- ۴۷ ۲-۶-۲ : الگوی محتوایی و نگارشی
- ۴۷ ۲-۶-۳ : ساختارهای محتوایی و اجرائی
- ۴۸ ۲-۶-۴ : ارتباطات (لینکها) دوسویی
- ۴۸ ۲-۶-۵ : طرح گرافیکی سایت
- ۴۹ ۲-۷ : عوامل موثر بر تصمیمات کاربران سایت تجاری (اینترنتی)
- ۴۹ ۲-۸ : رفتارهای تاثیرپذیر خریداران و سرمایه گذاران
- ۵۱ ۲-۹ : نظریه های پذیرش فناوری در ارزیابی فناوریهای اطلاعاتی
- ۵۱ ۲-۹-۱ : نظریه رفتارمنطقی
- ۵۳ ۲-۹-۲ : نظریه رفتار برنامه ریزی شده

- ۵۴ : ۲-۹-۳ نظریه پذیرش فناوری دیویس
- ۵۵ : ۲-۹-۴ نظریه استفاده از رایانه شخصی
- ۵۵ : ۲-۹-۵ نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری
- ۵۶ : ۲-۱۰ رضایت کاربر یا مشتری
- ۵۷ : ۲-۱۱ وفاداری
- ۵۸ : ۲-۱۲ اعتماد کاربران
- ۶۰ : ۲-۱۳ لید نویسی
- ۶۲ : ۲-۱۴ سرمایه گذاران و صاحبین کالا در بندر امیرآباد
- ۶۳ : ۲-۱۵ واژگان

فصل سوم : روش شناسی تحقیق

- ۶۵ - مقدمه
- ۶۵ : ۳-۱ متدولوژی تحقیق
- ۶۶ : ۳-۲ سایتهای اینترنتی بنادر معروف جهان
- ۷۰ : ۳-۳ نتایج بررسی سایتهای تجاری بنادر معروف جهان
- ۷۲ : ۳-۴ تست و شناسایی میزان اثربخشی یک سایت اینترنتی
- ۷۴ : ۳-۵ فرآیند یک درخواست از سایت تجاری
- ۷۷ : ۳-۶ مراحل ایجاد یک سایت تجاری
- ۸۱ : ۳-۷ نتایج مطالعات و بررسی سایتهای بنادر جهان و پیشنهادات تغییر بر
ویژگیهای سایت بندر امیرآباد

- ۸۳ ۳-۷-۱: اثربخشی تبلیغات
- ۸۴ ۳-۷-۲: حوزه های اثربخشی تبلیغات
- ۸۵ ۳-۷-۳: ابعاد اعتمادسازی در رسانه تبلیغی
- ۸۶ ۳-۸: مدل‌های اعتمادسازی در رسانه های سایت اینترنتی - تجاری
- ۸۸ ۳-۹: قلمرو تحقیق
- ۸۹ ۳-۱۰: روشهای گردآوری اطلاعات
- ۹۰ ۳-۱۱: روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
- ۹۰ ۳-۱۲: مقیاس و طیف اندازه گیری تحقیق
- ۹۴ ۳-۱۳: تعیین روایی تحقیق
- ۹۶ ۳-۱۴: پایایی تحقیق
- ۹۹ ۳-۱۵: روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
- ۱۰۰ ۳-۱۶: ضرورت استفاده از مدل معادلات ساختاری

فصل ۴: تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

- ۱۰۲ مقدمه
- ۱۰۳ ۴-۱: آمار توصیفی
- ۱۰۳ ۴-۱-۱: ویژگیهای جمعیت شناختی پاسخگویان
- ۱۱۰ ۴-۱-۱-۵: بررسی وضعیت نرمال بودن تک متغیره

آمار استنباطی

۱۱۲	۴-۲ : اعتبارسنجی مدل تحقیق با مدل معادلات ساختاری
۱۱۴	۴-۲-۱ : مدل اندازه گیری با تحلیل عاملی تائیدی (CFA)
۱۴۹	۴-۲-۲ : مدل ساختاری کل
۱۵۲	۴-۳ : مدل تحلیل عاملی تائیدی متغیرو ویژگیهای سایت اینترنتی
۱۶۰	۴-۴ : مدل تحلیل عاملی تائیدی متغیر تاثیرات رفتارهای مشتریان
۱۶۸	۴-۵ : پرازش مدل ساختاری
۱۶۹	۴-۶ : فرضیه ها
	فصل ۵ : نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۷۷	- مقدمه
۱۷۷	۵-۱ : یافته های توصیفی تحقیق
۱۷۸	۵-۱-۱ : ویژگیهای جمعیت شناختی پاسخگویان
۱۷۸	۵-۲ : نتایج آزمون فرضیه های پژوهش و تفسیر آنها
۱۹۹	۵-۳ : پیشنهادات
۲۰۰	۵-۳-۱ : پیشنهادات مبتنی بر نتایج تحقیق
۲۰۷	۵-۳-۲ : پیشنهادات جهت تحقیقات آتی
۲۰۷	۵-۳-۳ : محدودیت های پژوهش
۲۰۸	فهرست منابع و ماخذ
۲۱۱	Abstract
۲۱۳	پیوست ها و ضمائم