

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر در موفقیت تجاری فروشگاه های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین المللی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 5، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مریم فیضی - گروه مدیریت اجرایی، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران، ایران

اسحق رسولی - گروه مدیریت اجرایی، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران، ایران

خلاصه مقاله:

فرش دستباف از ارزش و اهمیت بسیاری برخوردار است و نقش مهمی از لحاظ اقتصادی و افزایش میزان استقلال زایی دارد و گامی مهم در جهت خودکفایی و افزایش درآمد ارزی کشور دارد و به عنوان عمده ترین و مهمترین کالاهای صادراتی غیرنفتی در سایر ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از ویژگی خاصی برخوردار است. هدف از این پژوهش بررسی عوامل موثر در موفقیت تجاری فروشگاه های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین المللی است. جامعه آماری این پژوهش (N=308) نفر بود. نمونه گیری در این تحقیق به صورت سرشماری است. جهت انتخاب حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد و (n=150) نفر پرسشنامه را تکمیل و عودت دادند. ابزار این تحقیق شامل پرسشنامه محقق ساخته بود که از دو بخش، اطلاعات فردی و چهار عامل اصلی موثر در موفقیت تجاری فروشگاه های آنلاین فرش دستباف (ارزشمندی اطلاعات، تنوع محصول، پاسخگویی و امکان ارتباط) تشکیل شده است. جهت تعیین روایی، پرسشنامه تهیه شده در اختیار استاد راهنما قرار گرفت و از ایشان در مورد سوالات پژوهش نظرخواهی گردید. پس از اعمال نظرشان و انجام اصلاحات لازم، فرم نهایی پرسشنامه، تدوین و مورد استفاده قرار گرفت. پایایی پژوهش این پژوهش به وسیله آلفای کرونباخ بالای (a>85) تأیید شد. روش اصلی این پژوهش، روش های تصمیم گیری چند معیاره است. تجزیه تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار AHP و SPSS با نسخه 19 انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که در بین عوامل، ارزشمندی اطلاعات با ضریب 4/45 و تنوع محصولات با ضریب 4/02 بیشترین وزن و ظرایب را در بین عوامل موثر در موفقیت تجاری فروشگاه های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین المللی به خود اختصاص دادند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که ارزشمندی اطلاعات، تنوع محصول، پاسخگویی و امکان ارتباط تاثیر مثبت و معناداری در سطح 99 در موفقیت تجاری فروشگاه های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین المللی دارد.

کلمات کلیدی:

فرش دستباف، موفقیت تجاری، فروشگاه های آنلاین، روش تصمیم گیری چند معیاره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243033>

