

بررسی عوامل مؤثر در موفقیت تجاری فروشگاه‌های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین‌المللی

مریم فیضی^۱، اسحق رسولی^{۲*}

^۱ گروه مدیریت اجرایی، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

فرش دستباف از ارزش و اهمیت بسیاری برخوردار است و نقش مهمی از لحاظ اقتصادی و افزایش میزان استقلال‌زایی دارد و گامی مهم در جهت خودکفایی و افزایش درآمد ارزی کشور دارد و به عنوان عمده‌ترین و مهم‌ترین کالاهای صادراتی غیر نفتی در سایر ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از ویژگی خاصی برخوردار است. هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر در موفقیت تجاری فروشگاه‌های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین‌المللی است. جامعه آماری این پژوهش (N=308) نفر بود. نمونه‌گیری 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 مؤثر در موفقیت تجاری فروشگاه‌های 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 سؤالات 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، روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است. تجزیه تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار AHP و spss با نسخه ۱۹ انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که در بین عوامل، ارزشمندی اطلاعات با ضریب ۴/۴۵ و تنوع محصولات با ضریب ۴/۰۲ بیش‌ترین وزن و ظرایب را در بین عوامل مؤثر در موفقیت تجاری فروشگاه‌های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب کار بین‌المللی به خود اختصاص دادند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که ارزشمندی اطلاعات، تنوع محصول، پاسخگویی و امکان ارتباط تأثیر مثبت و معناداری در سطح ۹۹ در موفقیت تجاری فروشگاه‌های آنلاین فرش دستباف با رویکرد کسب و کار بین‌المللی دارد.

واژگان کلیدی: فرش دستباف، موفقیت تجاری، فروشگاه‌های آنلاین، روش تصمیم‌گیری چندمعیاره.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صفحات ۲۸۲-۲۶۹