

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار بر اساس روش سلسله مراتبی (AHP) (مورد مطالعه: فعالان حوزه کسب و کار الکترونیک در شبکه های اجتماعی داخلی)

محل انتشار:

نخستین همایش ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

شیرین صاحب - گروه مدیریت، واحد ماهشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ماهشهر، ایران

محمد جابری - استادیار، گروه مدیریت، واحد ماهشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ماهشهر، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار به انجام رسیده است. به همین منظور و برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز تحقیق در مرحله اول ضمن ایجادپانل دلفی 18 نفره از خبرگان در حوزه کسب و کار الکترونیک در استان خوزستان و جمع بندی ادبیات نظری پژوهش و همچنین با تکیه بر مطالعات پیشین 32 زیر معیار و 5 معیار اصلی شناسایی شده و طی پرسشنامه های بر اساس طیف لیکرت طی دو مرحله اقدام به سنجش این زیر معیار ها شد با توجه به اختلاف اندک نتایج نظر سنجی های انجام شده اثرگذاری هر 5 معیار مورد قبول قرار گرفت، با رسم درخت سلسله مراتب و مقایسات زوجی نیز برای شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار اقدام شده و به ترتیب ایجاد و توسعه نام و نشان تجاری با ارزش 0.294 در رتبه نخست اولویت عوامل موثر بر استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار قرار دارد و پس از آن عوامل مرتبط با فناوری با ارزش 0.262 در رتبه دوم اولویت می باشد و در گام های بعدی عوامل مربوط به بازاریابی با ارزش 0.189 در رتبه سوم، عوامل اجتماعی و فرهنگی با ارزش 0.136 در رتبه چهارم و نهایتاً عوامل اقتصادی با ارزش 0.114 در رتبه پنجم اولویت قرار دارند. قرار گرفتن میزان نرخ ناسازگاری در بازه کمتر از 0.1 و مساوی شدن با عدد 0.005 نمایشگر اعتبار نتایج پژوهش می باشد.

کلمات کلیدی:

ایجاد و توسعه نام و نشان تجاری، عوامل مرتبط با فناوری، عوامل مربوط به بازاریابی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1001281>

