

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان

شهرزاد موهبتی^a، جواد نیک نفس^b

^a دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، گرایش مالی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان

^b استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان

نویسنده مسئول: nikknafs@yahoo.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان، انجام شد. پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی است و از لحاظ گردآوری داده ها، کیفی محسوب می‌شود. همچنین تحقیق حاضر از نوع تحقیق توصیفی به شیوه پیمایشی بوده و به صورت مقطعی اجراء شد. در این تحقیق جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگانی بود که دارای تخصص علمی و سابقه کاری در حوزه مشاغل خانگی و کسب و کارهای اینترنتی بودند که در برگرفته اساتید دانشگاهی با تخصص بازرگانی و بازاریابی، مدیران عالی رتبه و کارشناسان کار آفرینی و اشتغال در حوزه ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی می‌باشند. در این پژوهش نمونه آماری بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند در دسترس انتخاب شد و تعداد نهایی حجم نمونه بخش کیفی بعد از اشباع نظری مشخص شد. ابزار تحقیق پرسشنامه بود به اعضای جامعه تحقیق به صورت تحویل حضوری، ارسال با پست سفارشی و پست الکترونیکی انجام گردید. نتایج حاصل از بررسی کیفی تعداد ۲۶ مانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان شناسایی شدند. در بخش مدل سازی ساختاری تفسیری نیز ارتباط بین موانع شناسایی و مدل نهایی رسم شد.

کلمات کلیدی: موانع گسترش، مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، استان همدان

مقدمه

در سراسر جهان اینترنت به صورت یک شبکه گسترده رایانه‌ای ارتباط میان مردم، تجارت و امثال آن را متحول نموده است. بسیاری از ویژگی‌های مثبت اینترنت را می‌توان به شکل کسب و کاری جدید مشاهده نمود. مهمترین اثر اینترنت بازسازی اقتصاد و فعالیت‌های سنتی است. اینترنت قابلیت‌های اساسی تغییر شکل اساسی در همه کسب و کارها را فراهم کرده که شامل تمامی اجزای زنجیره ارزش و انواع فعالیت‌ها (و نه فقط شرکت های آنلاین) می‌شود. این امر، شامل تغییرات عمده‌ای می‌شود که نه تنها در مورد نحوه خرید و فروش محصولات، بلکه همچنین در مورد چگونگی طراحی، تولید و توزیع محصولات و خدمات هم بحث می‌کند. امروزه حتی یک کسب و کار کوچک هم می‌تواند با زنجیره تأمین پویا کار کند که در سطح جغرافیایی وسیعی گسترده است و با نیروی کاری جهانی تجارت می‌کند (آقا زاده و همکاران، ۱۳۹۰). امکانات منحصر به فرد اینترنت سبب پیدایش شکل جدیدی از کسب و کار شده است که امروزه به نام کسب و کار اینترنتی شناخته می‌شود و این کسب و کارها توسط افراد کارآفرین با ایده‌هایی نو به وجود آمده است که فکری خلاق و ذهنی با استعداد داشته‌اند و برخی از این افراد اقدام به خود اشتغالی نموده‌اند و یا شرکت‌های اینترنتی را تاسیس نموده‌اند از آن جمله می‌توان شرکت‌های اینترنتی مانند آمازون، یاهو، گوگل و امثال آن را نام برد که در مدت کوتاهی توانسته‌اند ارزش بسیاری را کسب نمایند (اکبری ناصری و همکاران، ۱۴۰۰).