

## چکیده:

فرش دستباف ایرانی، به عنوان یک هنر و صنعت، سابقه بسیار طولانی در تاریخ ایران دارد. اما با وجود قدمت بسیار، در امر صادرات این کالا هنوز مشکلات و نارسایی های متعدد در انطباق با شرایط نوین بازارهای بین المللی و کسب جایگاه واقعی وجود دارد. با توجه به این که ارتباط با بازارهای تجاری به واسطه ی تجارت الکترونیک در سال های اخیر رو به افزایش بوده و بر بازار صادراتی فرش دستباف اثرگذار بوده است در این مطالعه به بررسی ارتباط ابعاد تجارت الکترونیک شامل: زیر ساخت های اطلاعاتی، زیرساختارهای قانونی، حقوقی و امنیتی، زیرساختار انسانی، آموزشی، فرهنگی و رفتاری، زیرساخت های گمرکی، بازرگانی و مالیاتی، زیر ساخت های اینترنتی، زیرساختارهای فنی و سخت افزاری و زیرساختارهای مالی و نرم افزاری بر توسعه ی صادرات فرش دستباف پرداخته می شود.

در این تحقیق سعی شده است که با بررسی مدل های مختلف تجارت الکترونیکی و مطالعات صورت گرفته در این زمینه، نحوه به کارگیری و مزایای استفاده از سیستم های مبتنی آن، مدلی برای موانع تجارت الکترونیکی در زمینه صادرات فرش دستباف پیشنهاد، موانع موجود در سر راه تجارت الکترونیکی در زمینه صادرات فرش دستباف مشخص و با ارائه راه کارها و پیشنهاداتی برای صادرکنندگان فرش دستباف، قدمی هر چند کوچک و ناچیز در جهت رشد و اعتلای این کالای ارزشمند در جهان و دستیابی به موقعیت از دست رفته آن، حاصل شود.

با توجه به جامعه آماری، روش نمونه گیری در این تحقیق، روش تصادفی است. با استفاده از فرمول، تعداد نمونه آماری، ۷۰ نفر انتخاب گردیده است. پس از جمع آوری داده های مربوط به پرسشنامه تحقیق، داده ها، در نرم افزار تحلیل آماری Smart.PLS.2 و SPSS21 پردازش شده و سپس، عملیات تجزیه و تحلیل، صورت گرفته است. برای توصیف داده های به دست آمده از پرسشنامه، از شاخصه های آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) و برای آزمون فرضیات به دلیل وجود متغیر وابسته ی پنهان توسعه ی صادرات از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان می دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین ابعاد تجارت الکترونیک و توسعه ی صادرات فرش دستباف وجود داشته است و بهبود تجارت الکترونیک بر توسعه ی صادرات فرش موثر بوده است.

**کلیدواژه:** تجارت الکترونیک، فرش دستباف، توسعه صادرات