



توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک بر بهبود فضای کسب و کار در شرکت‌های دانش بنیان (مطالعه‌ی موردی: شرکت‌های دانش بنیان استان مازندران)

سیف اله طالبی زاری محله

کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک دانشگاه آزاد قائم شهر

رمضان غلامی اواتی

دکتری مدیریت بازرگانی، استادیار، دانشگاه پیام نور قائم شهر

محمدرضا انبیائی

دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد سمنان

سیف اله طالبی زاری محله (مسئول مکاتبات)

کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک دانشگاه آزاد قائم شهر

se_talebi@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۱۲/۰۱

چکیده

هدف این تحقیق بررسی تأثیر توسعه استراتژیک تجارت الکترونیک بر بهبود فضای کسب و کار است. این تحقیق بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و بر اساس رویکرد از نوع کمی و از نوع تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی است. روش نمونه‌گیری تحقیق حاضر تصادفی ساده می‌باشد. ابزار اندازه‌گیری و جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه استاندارد بوده که برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را مدیران و کارکنان شرکت‌های دانش بنیان مستقر در استان مازندران تشکیل می‌دهند. تعداد ۱۶۵ شرکت در نظر گرفته شد که با توجه به جدول مورگان تعداد ۱۱۵ نمونه انتخاب گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی با استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی با نرم‌افزارهای SPSS استفاده گردید. نتایج به دست آمده فرضیات تحقیق به کمک نرم‌افزار PLS نشان می‌دهد متغیر به‌کارگیری نیروی انسانی یکی از ابعاد توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک با شدت تأثیر ۰/۶۸۵ بیشترین تأثیر را بر بهبود فضای کسب و کار در شرکت‌های دانش بنیان استان مازندران دارد.

واژه‌های کلیدی: توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک، بهبود فضای کسب و کار، دانش بنیان

مقدمه

به عبارت دیگر موانع موجود در سر راه فعالیت‌ها از میان برود و زمینه‌های مناسب به این منظور تدارک دیده شود. دانستن بسترهای مناسب کارآفرینی برای ایجاد کسب و کار، باعث افزایش گرایش کارآفرینان و به وجود آمدن طیف وسیعی از کارآفرینان نوظهور می‌گردد و کارآفرینان با اطلاع از شرایط و بسترهای موجود و شناخت ریسک‌ها با دیدگاهی روشن، دست به ایجاد کسب و کار زده و همچنین با بررسی وضعیت این بسترها، موانع و نواقص موجود را شناسایی خواهند کرد. آگاهی از وضعیت فضای کسب و کار و تلاش جهت بهبود آن به عنوان یک راهبرد اقتصادی برای دولت‌ها شناخته می‌شود. حمایت دولت از شرکت‌های دانش بنیان، به خصوص شرکت‌هایی که در مراحل ابتدایی فعالیت خود هستند و نیز شرکت‌های نوپایی که توسط فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تأسیس می‌شوند، به عنوان یک ضرورت حیاتی برای پارک‌های علم و فناوری مطرح است. در این میان استفاده از تجارب کشورهای دیگر، می‌تواند برای یافتن راه حل‌های سریع‌تر و مناسب‌تر مفید باشد. در شرکت‌های دانش بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال و کسب و کار متناسب با ظرفیت نوآوری و تجارت الکترونیک تحقق می‌یابد؛ بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری در تجارت الکترونیک، محصول، فرایند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد تجارت الکترونیک، نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی و بهبود فضای کسب و کار است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تجارت الکترونیکی^۱ نوعی تجارت است که برای انجام معاملات تجاری از اینترنت استفاده می‌کند. تجارت الکترونیک شیوه کار را تغییر داده و باعث ظهور بازیگران جدید اقتصادی، مدل‌های جدید تجاری و فرصت‌های

فضای کسب و کار، به آن دسته از عوامل مؤثر بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی گفته می‌شود که مدیران بنگاه‌ها نمی‌توانند آن‌ها را تغییر داده یا بهبود بخشند. محیط کسب و کار شامل کلیه عواملی است که بر عملکرد بنگاه مؤثر بوده اما مدیر نمی‌تواند آن‌ها را تغییر دهد. بر اساس تجربیات و مطالعات انجام شده در سطح جهانی، به منظور راه‌اندازی هرگونه کسب و کار جدید می‌بایست مطالعات گسترده و بر اساس نیاز بازار کار هر منطقه، برای هر نوع محصول تولیدی انجام پذیرفته و تأمین منابع لازم جهت سرمایه اولیه لحاظ گردد. منظور از فضای کسب و کار عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر دادن آن‌ها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. محیط کسب و کار شامل تمام عواملی است که بر کسب و کار تأثیر می‌گذارد، مانند نقاط قوت، ضعف، روابط قدرت درونی و جهت‌گیری‌های سازمان؛ سیاست‌ها و مقررات دولتی و ... فضای کسب و کار از جمله شاخص‌های تعیین کننده وضعیت اقتصادی هر کشور است که با استناد به آن می‌توان به بررسی و تجزیه و تحلیل شرایط اقتصادی هر کشور پرداخت (چرولینام، ۲۰۲۱).

بهبود محیط کسب و کار هر چند مفهومی بدیع در ادبیات اقتصاد و مدیریت است، اما در سال‌های اخیر در کشور ما مورد توجه زیادی واقع شده است به طوری که به عنوان یکی از سیاست‌های کلی مورد تأکید قرار گرفته است. موضوع بهبود محیط کسب و کار این روزها از چنان اهمیتی برخوردار است که گاهی از آن به عنوان مقدمه و یا حتی راهبرد جانشین خصوصی‌سازی یاد می‌شود. پیشرفت اقتصادی در هر کشوری وابسته به گسترش فعالیت‌های اقتصادی در کلیه زمینه‌هاست و مستلزم آن است که بستر لازم برای این امر فراهم شود و

¹ e-commerce

قدرت درونی و جهت‌گیری‌های سازمان؛ سیاست‌ها و مقررات دولتی؛ ماهیت اقتصاد و شرایط اقتصادی؛ عوامل اجتماعی فرهنگی؛ روند جمعیتی؛ عوامل طبیعی؛ و روندهای جهانی و فرامرزی و تحولات دگرگونی بازار می‌باشد (چرولینام، ۲۰۲۱).

فضای کسب و کار به آن دسته از عوامل مؤثر بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی گفته می‌شود که مدیران بنگاه‌ها نمی‌توانند آن‌ها را تغییر داده یا بهبود بخشند. فضای کسب و کار از جمله شاخص‌های تعیین‌کننده وضعیت اقتصادی هر کشور است که با استناد به آن می‌توان به بررسی و تجزیه و تحلیل شرایط اقتصادی هر کشور پرداخت. کسب و کار و سرمایه‌گذاری در هر کشور مستلزم فراهم بودن محیط نهادی مناسب و امنیت بخش در آن است. محققان محیط کسب و کار را مجموعه عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی، حقوقی، و اخلاقی می‌دانند که در فعالیت‌های کسب و کارها اثر می‌گذارند، به گونه‌ای که کسب و کارها یا هیچ‌گونه کتتری بر آن‌ها ندارند و یا توان بسیار اندکی در کنترل این عوامل دارند. در بررسی فضای کسب و کار، تمایزی کاربردی و مفید می‌توان بین شاخص‌های خارجی که تمایل به اثرگذاری فوری در عملیات روزانه‌ی شرکت دارند و شاخص‌هایی که تمایل به تأثیرات عمومی‌تری دارند برقرار کرد. محیط فوری یا عملیاتی برای بسیاری از شرکت‌ها شامل عرضه‌کنندگان، رقبا، بازار نیروی کار، نهادهای مالی، و مشتریان است و البته ممکن است که مواردی چون سازمان‌های تجاری، را نیز شامل شود (چرولینام، ۲۰۲۱).

محققان بهبود کسب و کار را به عنوان فرآیند عمل و تکنیک روش‌شناختی که استفاده از منابع موجود را بدون به خطر انداختن اثربخشی تولید و کیفیت خروجی بهینه می‌کنند، تعریف می‌کنند. این فرآیندها یا تکنیک‌ها شامل طراحی بهبود یافته، نگهداری سیستم و تصمیم‌گیری ساخت بهتر است. علاوه بر این، آن‌ها نشان دادند که بهبود کسب و کار

جدید برای شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان می‌شود. تجارت الکترونیکی نیز تغییرات چشمگیری را در نحوه تعامل مردم هم با یکدیگر و هم با مشاغل ایجاد کرده است. تجارت الکترونیکی به انجام معاملات تجاری یا فعالیت‌های مدیریتی با استفاده از اینترنت اشاره دارد. از آنجایی که مدل‌ها و برنامه‌های تجارت الکترونیکی به طور گسترده‌ای در محیط تجارت امروز مورد استفاده قرار گرفته‌اند، جنبشی جدید به نام تجارت الکترونیکی پویا پدید آمده است تا برنامه‌های تجارت الکترونیکی را با ساده کردن تعامل تجاری در وب انجام دهد. تجارت الکترونیکی موفقیت‌آمیز باید با طراحی وب سایت پشتیبانی شود که توانایی کسب و کار برای به دست آوردن مزایای فروش آنلاین را تعیین می‌کند. مدل کیفیت خدمات یک وب سایت تجارت الکترونیکی مشکلات مختلفی را به عنوان معیاری برای کیفیت ایجاد کرده است. محققان کیفیت را معیار موفقیت دانستند. تجارت الکترونیکی به سرعت در حال رشد است و فرصتی عالی برای مشاغل فراهم می‌کند (عبداله و همکاران، ۲۰۱۹).

توسعه تجارت الکترونیکی، قدرت خرید را در مناطق روستایی آزاد کرده است و ساکنان روستاها و مصرف‌کنندگان شهری را قادر می‌سازد از همان فعالیت‌های خرید آنلاین لذت ببرند. در همین حال، تجارت الکترونیکی می‌تواند بازارهای جدیدی برای محصولات و خدمات ارائه شده توسط افراد در پایین هرم ایجاد کند، که می‌تواند به کاهش فقر کمک کند. کاهش فقر در تجارت الکترونیکی سیاستی حمایتی برای کاهش فقر است. تجارت الکترونیکی به عنوان یک راه حل ابتکاری برای کاهش فقر و تغییر جهت از بازار به سمت دولت در نظر گرفته می‌شود. دولت نقش هدایت‌کننده را بازی می‌کند و سیستم عامل‌های تجارت الکترونیکی در زمینه تجارت الکترونیکی به طور فعال همکاری می‌کنند (هان و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

فضای کسب و کار^۲ شامل تمام عواملی است که بر کسب و کار تأثیر می‌گذارد، مانند نقاط قوت، ضعف، روابط

² Business environment

¹ Han

مربوط به ایران پردازد و ضمن بررسی مطالعات انجام شده و دسته‌بندی نتایج آن‌ها به نتیجه تلفیقی از بهبود محیط کسب و کار و عوامل مؤثر بر آن دست یابد. مطالعات انجام شده در مورد محیط کسب و کار در ایران را به پنج دسته کلی می‌توان تقسیم نمود که بیشترین مطالعه انجام شده مربوط به بررسی جایگاه و وضعیت فضای کسب و کار ایران و مقایسه با سایر کشورها و عوامل مؤثر بر فضای کسب و کار و چگونگی بهبود آن می‌باشد. مهم‌ترین عواملی که در مطالعات به عنوان عامل مؤثر بر بهبود فضای کسب و کار شناخته شده‌اند، نظام مالیاتی، نظام حقوقی و قضایی، دسترسی به تسهیلات مالی، ثبات سیاسی، حاکمیت قانون، نا اطمینانی نرخ ارز و نرخ تورم، بازار سرمایه، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد بانک اطلاعات ملکی بوده است و از سایر عوامل مانند اندازه دولت، نظام بروکراسی، سرمایه اجتماعی، نهادهای مالی و ... غفلت شده است. در پایان نیز، پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است. بهرامی نیا و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق "بررسی نقش اقتصاد دانش بنیان در بهبود فضای کسب و کار" بیان داشتند در اقتصاد دانش بنیان، دانش محرک اصلی رشد، ایجاد ثروت و اشتغال در تمامی رشته فعالیت‌ها است و سرمایه‌گذاری در دانش و صنایع دانش پایه، مورد توجه خاص قرار می‌گیرد؛ توسعه منابع انسانی به عنوان سرمایه‌گذاری حیاتی کشور برای اقتصاد و جامعه به عنوان یک اولویت اصلی محسوب شده و به طور کلی محور اصلی فعالیت‌های اقتصادی مستقیماً بر اساس تولید، توزیع و مصرف دانش و اطلاعات قرار می‌گیرد. این تحقیق بیان داشت فضای کسب و کار شامل نهادها، مقررات و رویه‌های اداری مندرج در فعالیت اقتصادی است و به نوعی هزینه‌های غیر فنی فعالیت اقتصادی را تعیین می‌کند. هر چه مراحل، هزینه‌ها و زمان انجام مراحل کمتر باشد، هزینه‌های شروع و تداوم فعالیت اقتصادی کاهش و احتمال شکل‌گیری کسب و کارها افزایش می‌یابد؛ بنابراین در صورت برنامه‌ریزی صحیح امکان ایجاد و رشد کسب و

عمل یا فرآیند به حداکثر رساندن ارزش از طریق منابع برنامه‌ریزی شده / نگهداری دارایی‌ها و بهبود تولید از طریق مدیریت ریسک مؤثر است. محققان بیان کردند که بهبود کسب و کار بر سودآوری و ارزش به دست آمده در طول عمر سازمان‌ها تمرکز دارد. این بدان معناست که شرکت‌ها باید به دنبال بهبود فرصت‌هایی برای هدایت ارزش پایدار باشند. برخی از ابتکاراتی که می‌توان برای ایجاد پایداری ارزش در سازمان انجام داد شامل ایمنی، قابلیت اطمینان، بازده تولید، کیفیت و اثربخشی سرمایه است. محققان نشان دادند که بهبود کسب و کار یک مرور کلی از دارایی، فرآیند تهیه و مراقبت مادام‌العمر دارد (مولادزی^۱، ۲۰۱۸).

پیشینه تحقیق

ماجدی (۱۴۰۰) در تحقیق "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط" به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداختند. در این پژوهش که از نوع توصیفی-تحلیلی است با استفاده از مطالعه ادبیات و مبانی نظری به استخراج عوامل پرداخته شد. سپس پرسشنامه در اختیار ۳۵ نفر از خبرگان که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند، قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از رویکرد نگاشت شناختی فازی و نرم‌افزارهای Fcmapper و UCINET استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که از ۱۰ عامل استخراج شده، عوامل محصول و خدمات، الزامات فنی و نوآوری تأثیر بیشتری در این حوزه دارند.

احمدی زاد و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق "عوامل تأثیرگذار شاخص‌های بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های صادراتی در استان کردستان" به بررسی عوامل مؤثر بر کسب و کار بنگاه‌های پرداختند. این تحقیق بر آن است تا با بهره گرفتن از روش فرا تحلیل به بررسی و تحلیل ۱۱۰ منبع علمی در زمینه محیط کسب و کار که

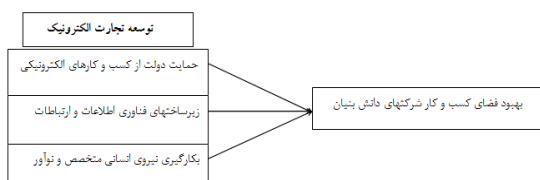
¹ MULAUDZI

پورتال‌های تجارت الکترونیک اندونزی تمرکز دارد و توصیه‌های خاصی پیشنهاد شده است که شرکت‌های تجارت الکترونیک در اندونزی می‌توانند از این توصیه‌ها برای اصلاح مسائل دسترسی استفاده کنند. تمام صفحات اصلی سه پورتال برتر تجارت الکترونیک با استفاده از نرم‌افزار کنترل دسترسی تجزیه و تحلیل شده است و مشکلات دسترسی کمی شناسایی شده است. شرکت‌های تجارت الکترونیک می‌توانند مشکلات دسترسی را شناسایی کرده و با استفاده از این توصیه‌ها پایگاه کاربری خود را افزایش دهند و در نهایت بتوانند به اهداف مورد نظر برسند و به سود بیشتری دست یابند.

توسعه فرضیه‌ها و الگوی مفهومی

مدل تحقیق

با بررسی ادبیات موضوعی موجود مرتبط با این تحقیق، در این تحقیق از مدل بالاگا و همکاران (۲۰۲۰) استفاده شده است. این مدل با هدف تبیین و درک مناسب‌تر روابط متغیرهای بهبود فضای کسب و کار و توسعه تجارت الکترونیک بنا شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (بالاگا و همکاران، ۲۰۲۰)

فرضیه اصلی

توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک بر بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های دانش بنیان تأثیر معنی‌داری دارد.

فرضیات فرعی

کارهای دانش بنیان و در نتیجه جهت‌گیری اقتصاد کشور به سمت اقتصاد دانش بنیان و افزایش تولید ناخالص ملی فراهم خواهد آمد. این تحقیق بیان داشت بر اساس مشاهده ارتباط ساختاری بین اقتصاد دانش بنیان و فضای کسب و کار، می‌توان با بهبود فضای کسب و کار نقش بسزایی را در ایجاد و استفاده بهینه از این دانش در جهت توسعه و رونق کسب و کارهای دانش بنیان داشت.

زائورس و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیق "توسعه زیرساخت تجارت الکترونیک در شرایط مدرن" به بررسی زیرساخت‌های تجارت الکترونیک می‌پردازند. عواملی که تحت تأثیر توسعه تجارت الکترونیک برجسته می‌شوند. اهمیت نقش تجارت الکترونیک در اقتصاد جهانی اهمیت پیدا می‌کند و استفاده از ابزارهای مجازی الکترونیکی در شرایط مدرن نتیجه تجربیات کشورهای پیشرفته را نشان داده است که کارایی هر کشور یا صنعتی را به همراه دارد. ثابت شده است که برای به‌کارگیری روش‌های مؤثر توسعه تجارت الکترونیکی با ساخت زیرساخت‌های آن که حاوی عوامل مؤثر بر توسعه این صنعت است شروع می‌شود. این مطالعه همچنین به بررسی روند و چشم‌انداز توسعه تجارت الکترونیک در قزاقستان، پویایی کشورهای خارجی نشان داده شده است. ابزارهای توسعه تجارت الکترونیک در نظر گرفته شده است برخی از مشکلات توسعه زیرساخت تجارت الکترونیک شناسایی شده و راه‌های حل آن‌ها پیشنهاد شده است.

بالاگا^۲ (۲۰۲۰) در تحقیق "دسترسی به پورتال‌های تجارت الکترونیک اندونزی: مسائل و توصیه‌هایی برای بهبود و رشد کسب و کار" بیان داشت تجارت الکترونیک سریع‌ترین و سودآورترین تجارتی است که حضور جهانی دارد. شرکت‌های تجارت الکترونیک می‌توانند با ایجاد یک محیط در دسترس به سود بیشتری دست یابند تا مصرف‌کنندگانی که از نظر بصری دچار چالش هستند بتوانند بدون دردسر به وب‌سایت دسترسی داشته باشند. این کار تحقیقاتی بر شناسایی مشکلات دسترسی در

² Balaga

¹ Zaires

جدول ۱: جامعه آماری

درصد	تعداد شرکت‌ها	گروه
۱۳/۹	۲۳	شرکت‌های دانش بنیان
۱۰/۹	۱۸	شرکت‌های مستقر در پارک
۷۵/۲۰	۱۲۴	مراکز رشد استان
۱۰۰	۱۶۵	جمع

از آنجا که جامعه آماری شامل ۱۶۵ شرکت و مرکز رشد عضو پارک علم و فن آوری است با استناد به جدول مورگان تعداد نمونه برابر ۱۱۵ می‌باشد. روش نمونه‌گیری در تحقیق حاضر تصادفی ساده می‌باشد که شانس همه اعضای نمونه برای انتخاب شدن، یکسان است. ابزار گردآوری اطلاعات از جامعه آماری از طریق پرسشنامه می‌باشد. داده‌های مورد نیاز این پژوهش برای سؤالات بهبود فضای کسب و کار از تحقیق خیامیان (۱۳۹۶) و برای تحقیق تجارت الکترونیک از پرسشنامه استاندارد دوستین و همکاران (۲۰۱۲) استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحقیق حاضر در دو بخش انجام می‌شود. بخش اول، ویژگی‌های جمعیت شناختی از طریق جداول و نمودارهای فراوانی آمار توصیفی می‌باشد و از نرم‌افزار SPSS استفاده می‌شود. بخش دوم، آمار استنباطی است که برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و بررسی برازش مدل و بررسی فرضیه‌های تحقیق از معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS استفاده می‌شود.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

از میان پاسخ دهندگان به پرسشنامه از لحاظ جنس، ۸۳/۵ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۱۶/۵ درصد زن بودند. از لحاظ سن، ۳۵/۷ درصد از پاسخ دهندگان بالای ۵۰ سال سن داشتند که دارای بیشترین فراوانی بین باقی گزینه‌ها بوده است. ۳۸/۳ درصد از آزمودنی‌ها در مقطع کارشناسی بودند که نسبت به سایر مقاطع در این پژوهش غالب بوده‌اند.

یافته‌های استنباطی

۱. حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی بر بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های دانش بنیان تأثیر معنی‌داری دارد.

۲. زیرساخت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های دانش بنیان تأثیر معنی‌داری دارد.

۳. به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور بر بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های دانش بنیان تأثیر معنی‌داری دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد، ابزارها و راه‌های قابل اطمینان و نظام یافته برای بررسی واقعیت‌ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است. روش تحقیق مذکور بر مبنای هدف، از نوع کاربردی می‌باشد زیرا یک تئوری را در سازمان مورد بررسی قرار می‌دهیم. همچنین روش تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت در زمره‌ی تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی است زیرا مدل و تئوری در یک سازمان بدون دخل و تصرف ارزیابی می‌شود و چون آزمون فرضیات با عدد و رقم و نرم‌افزار است، از نظر رویکرد کمی می‌باشد. همچنین در این تحقیق از نظر روش چگونگی گردآوری داده‌ها روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای (مطالعه کتب، مجلات، سایت‌های اینترنتی، مقالات خارجی و داخلی) برای گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق و پیشینه و از روش میدانی جهت توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌هایی که هدف آن کسب اطلاعات درباره رد یا تأیید فرضیه‌های این پژوهش می‌باشد که در این مطالعه استفاده خواهد شد. جامعه آماری این پژوهش مدیران و کارکنان شرکت‌های دانش بنیان مستقر در استان مازندران می‌باشد. لیست شرکت‌هایی که برای جامعه آماری مورد استفاده قرار گرفت به شرح زیر است:

بهبود فضای کسب و کار	۰/۹۵۵	۰/۹۶۲	۰/۷۱۶	۰/۷۱۶
حمایت دولت	۰/۷۶۰	۰/۸۶۱	۰/۶۷۵	۰/۶۷۵
زیرساخت	۰/۹۰۵	۰/۹۲۷	۰/۶۸۱	۰/۶۸۱
نیروی انسانی	۰/۹۱۶	۰/۹۳۳	۰/۶۱۵	۰/۶۱۵

نتایج آزمون فرضیات تحقیق

• ضریب مسیر رابطه میان حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی بر بهبود فضای کسب و کار ۰/۱۳۷ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۲/۳۷۱ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ به دست آمده است. با توجه به ضریب مسیر می توان گفت حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی بر بهبود فضای کسب و کار مثبت می باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می باشد. لذا فرضیه اول این تحقیق تأیید می شود.

• ضریب مسیر رابطه میان زیرساخت و بهبود فضای کسب و کار ۰/۲۰۶ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۳/۱۸۵ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ به دست آمده است. با توجه به ضریب مسیر می توان گفت تأثیر زیرساخت بر بهبود فضای کسب و کار مثبت می باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می باشد. لذا فرضیه دوم این تحقیق تأیید می شود.

• ضریب مسیر رابطه میان به کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور بر بهبود فضای کسب و کار ۰/۶۵۸ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۱۰/۳۸۱ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ به دست آمده است. با توجه به ضریب مسیر می توان گفت به کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور بر بهبود فضای کسب و کار مثبت می باشد، زیرا ضریب مسیر به دست آمده مثبت می باشد. لذا فرضیه سوم این تحقیق تأیید می شود.

جدول ۳: خلاصه نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات

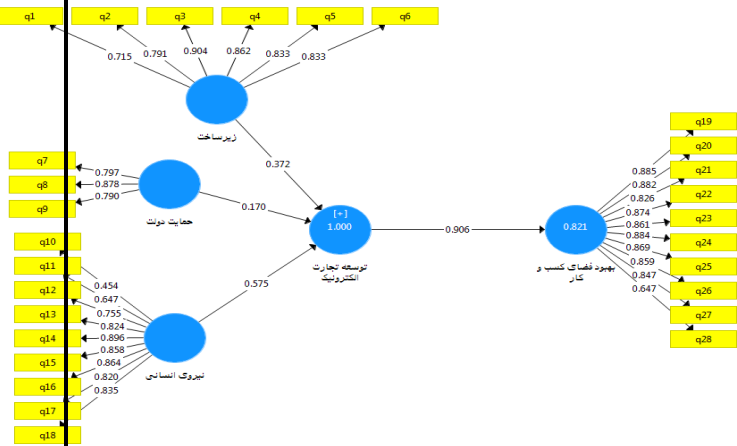
مدل			
نتیجه آزمون	معناداری	ضریب مسیر	مسیر

در آزمون پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری، نتیجه آزمون نشان داده است که قابلیت اعتماد پرسشنامه در حد قابل قبول است. آزمون ضرایب بارهای عاملی مورد تأیید قرار گرفت و چون تمامی اعداد ضرایب بار عاملی بیشتر از 0/7 بود که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. با توجه به اینکه چهار شرط روایی همگرا مورد تأیید قرار گرفته است در نتیجه شرط روایی همگرا قبول شده است. با توجه به اینکه بار عاملی هر متغیر مشاهده پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر باشد. مدل این شرط را نیز داراست، پس آزمون بارهای عرضی، مورد تأیید است. مطابق با ماتریس های موجود در فصل چهار، مقدار جذر AVE (قطر اصلی ماتریس) تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است که این امر روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل های اندازه گیری را نشان می دهد. با تأیید این آزمون هر دو شرط برای پذیرش روایی واگرا مورد قبول واقع شده است، در نتیجه مدل اندازه گیری دارای روایی واگرا نیز می باشد. با تأیید روایی همگرا و روایی واگرا، شروط روایی و پایایی مدل اندازه گیری به نتیجه رسیده است. در قسمت برازش مدل ساختاری با آزمون معناداری ضرایب مسیر یا اماره تی (T-value) رابطه ی بین سازه ها در سطح اطمینان ۹۵ درصدی قرار دارند. در قسمت برازش مدل ساختاری آزمون ضریب تعیین (R2) نشان داد، مقدار ضریب تعیین برای متغیرهای برونزا برابر صفر و برای متغیر بهبود فضای کسب و کار ۰/۸۳۴ است که در حد قوی قرار دارد. با توجه به مقدار به دست آمده برای GOF، که بزرگ تر از ۰/۵ است پس برازش قوی تأیید می شود.

جدول ۲: آزمون های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE

AVE > 0.5	Communality y > 0.5	CR > 0.7	Alpha > 0.7	متغیرهای مکثور
-----------	---------------------	----------	-------------	----------------

با توجه به شکل زیر فرض تأثیر توسعه تجارت الکترونیک بر بهبود فضای کسب و کار مورد تأیید قرار می‌گیرد.



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری تحقیق همراه با مقادیر t-values

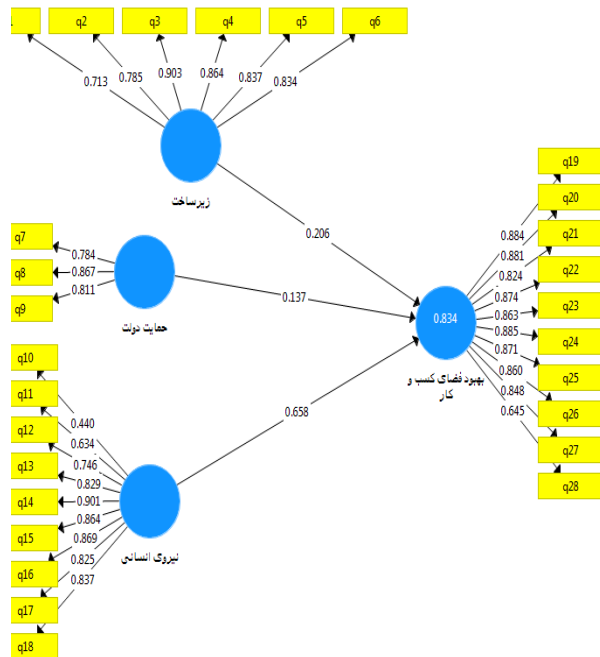
بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک، سبب بهبود فضای کسب و کار می‌شود. حال به مقایسه تحقیق با تحقیقات پیشین صورت گرفته می‌پردازیم:

بالاگ (۲۰۲۰) در تحقیق دسترسی به پورتال‌های تجارت الکترونیک آندونزی: مسائل و توصیه‌هایی برای بهبود و رشد کسب و کار نشان دادند تجارت الکترونیک سریع‌ترین و سودآورترین تجارتی است که حضور جهانی دارد. شرکت‌های تجارت الکترونیک می‌توانند با ایجاد یک محیط در دسترس به سود بیشتری دست یابند. روش تحقیق مطالعه بالاگ مطابق روش تحقیق مطالعه حاضر یعنی کمی می‌باشد. آزمون معادلات ساختاری در هر دو تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج تحقیق بالاگ مشابه یافته‌های تحقیق حاضر مبنی بر تأثیرگذاری تجارت الکترونیک بر بهبود و رشد کسب و کار است.

مولادزی و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق ارزیابی شیوه‌ها و چالش‌های استراتژی‌های بهبود کسب و کار در صنعت معدن پلاتین به بررسی راهبردها، شیوه‌ها و چالش‌های مربوط به عملکرد کسب و کار و اجرای بهبود کسب و کار برای

حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی - بهبود فضای کسب و کار	۰/۱۳۷	۲/۳۷۱	تأیید
زیرساخت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات - بهبود فضای کسب و کار	۰/۲۰۶	۳/۱۸۵	تأیید
به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور - بهبود فضای کسب و کار	۰/۶۵۸	۱۰/۳۸۱	تأیید



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری تحقیق همراه با ضرایب استاندارد بارهای عاملی

بس از تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته بررسی فرضیه اصلی تحقیق یعنی تأثیر توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک بر بهبود فضای کسب و کار، مطابق شکل زیر می‌باشد.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی سوم نشان داد که تأثیر به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور بر بهبود فضای کسب و کار با ضریب مسیر $0/658$ تأیید شد. با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و نوآور بر بهبود فضای کسب و کار تأثیر مثبت و معناداری دارد. مشخص شد مؤلفه‌ی $q10$ با بار عاملی $0/440$ کمترین اثرگذاری را بر بهبود فضای کسب و کار دارند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد به کمبود مهارت شهروندان در ارتباط با فرایند الکترونیک اداری توجه نمایند.

با توجه به مطالب گفته شده به محققان آتی پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد. به محققان آتی بررسی این موضوع در مکانی دیگر و با جامعه آماری متفاوت پیشنهاد می‌گردد. تحقیقات آینده تأثیرات احتمالی سایر متغیرها مانند قابلیت شناخت فرصت‌های شغلی و نوآوری را در نظر بگیرند. یافته‌های این مطالعه بر اساس ادراک مدیران در شرکت‌های دانش بنیان است. تحقیقات آینده باید درک مشتری از تجارت الکترونیک را در نظر بگیرد، که ممکن است اهمیت بیشتری نسبت به درک مدیران داشته باشد، زیرا موفقیت در تجارت الکترونیک به منافع درک شده و درک مشتری بستگی دارد. مطالعات آینده می‌توانند با بهره‌گیری از روش AHP عوامل مؤثر بهبود فضای کسب و کار در شرایط مختلف یا با محیط‌های جغرافیایی و فرهنگی و... متفاوت را مقایسه نمایند.

این تحقیقی همانند سایر تحقیقات دارای محدودیت‌هایی نیز می‌باشد. از جمله محدودیت‌های تحقیق، می‌توان به محدودیت زمانی انجام پژوهش و طولانی شدن فرآیند تحقیق به دلیل وجود بیماری کرونا اشاره کرد. محدودیت دیگر، مربوط به پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه با سؤالات بسته، در ذات خود دارای محدودیت‌هایی است که نمی‌تواند به صورت عمیق نگرش مشتریان را بررسی کند. همچنین ممکن است برخی افراد تمایلی به زمان گذاشتن برای پر کردن پرسشنامه نداشته باشند. گاهی اوقات نیز پاسخ دهنده‌ها با دقت کافی به سؤالات پاسخ نمی‌دهند. نتایج فقط در شرکت‌های دانش بنیان بررسی شده است و

هماهنگ کردن استراتژی‌های تولید و تعمیر و نگهداری با استراتژی شرکت پرداخت. جامعه آماری تحقیق یک شرکت معدنی می‌باشد در حالی که جامعه آماری پژوهش حاضر شرکت‌های دانش بنیان می‌باشد. روش تحقیق مولدزی آمیخته (کمی - کیفی) می‌باشد در حالی که روش تحقیق مطالعه حاضر کمی و ابزار آن پرسشنامه می‌باشد. نتایج تحقیق حاضر مبنی بر تأثیرگذاری تجارت الکترونیک با بهبود کسب و کار مطابق با نتایج یافته‌های مولدزی (۲۰۱۸) مطابقت دارد.

پیشنهادات و محدودیت‌ها

نتیجه آزمون فرضیه فرعی اول نشان داد که تأثیر حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی بر بهبود فضای کسب و کار با ضریب مسیر $0/137$ تأیید شد. با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت حمایت دولت از کسب و کارهای الکترونیکی بر بهبود فضای کسب و کار تأثیر مثبت و معناداری دارد. مشخص شد مؤلفه‌ی $q7$ با بار عاملی $0/784$ کمترین اثرگذاری را بر بهبود فضای کسب و کار دارد. بنابراین به مدیران توصیه می‌شود که برای توسعه تجارت الکترونیک در شرکت‌ها بودجه‌ی کافی برای اجرای موفق تجارت الکترونیک تخصیص داده شود. با توجه به اتخاذ سیاست‌های کلان کشوری در توجه به اقتصاد دانش بنیان پیشنهاد می‌گردد نسبت به تشکیل مراکز رشد تخصصی و ارتقای آن اقدام گردد.

نتیجه آزمون فرضیه فرعی دوم نشان داد که تأثیر زیرساخت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود فضای کسب و کار با ضریب مسیر $0/206$ تأیید شد. با توجه به ضریب مسیر می‌توان گفت زیرساخت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود فضای کسب و کار تأثیر مثبت و معناداری دارد. مشخص شد مؤلفه‌ی $q1$ با بار عاملی $0/713$ کمترین اثرگذاری را بر بهبود فضای کسب و کار دارند. به مدیران پیشنهاد می‌شود برای بهبود کارایی شرکت‌ها بستر استفاده از اینترنت و سهولت دسترسی به آن را فراهم نمایند.

- Abdullah, r. Saleh, y. (2019). Factors affecting buyers' trust in e-commerce in Palestine. Middle East J. Management, Vol. 6, No. 5. 597-639.
- Balaga, R. (2020). Accessibility Issues in Indonesian E-Commerce Portals: Issues and Recommendations for Business Improvement and Growth. In Re-imagining Diffusion and Adoption of Information Technology and Systems: A Continuing Conversation (pp. 581–591).
- Cherunilam, f. (2021). BUSINESS ENVIRONMENT.
- Dustin, Elfride. Jeff Rashka. and Douglas Mc Diarmid. (2012). Quality Web Systems: Performance, Security, and Usability. Addison-Wesley, 245-250.
- Han, F., & Li, B. (2020). Exploring the effect of an enhanced e-commerce institutional mechanism on online shopping intention in the context of e-commerce poverty alleviation. In Information Technology & People (Vol. 34, Issue 1, pp. 93–122)
- MULAUDZI, m. (2018). EVALUATING THE BUSINESS IMPROVEMENT STRATEGIES, PRACTICES AND CHALLENGES IN THE PLATINUM MINING INDUSTRY. Nelson Mandela University.
- Zauresa., Baimukhanbetova, E., Belgozhakzy, M., Alikbaeva, A., & Tulebaeva, N. (2020). The development of e-commerce infrastructure in modern conditions. In S. Ziyadin, A. Shaikh, R. Dinis de Sousa, A. Borodin, & A. Mottaeva (Eds.), E3S Web of Conferences (Vol. 159, p. 04028)

قابل تعمیم به بخش‌های دیگر نبوده است. داده‌های مربوط به تمام متغیرهای این مطالعه عمدتاً مقطعی بودند. افق زمانی ارزیابی تعامل بین توسعه الگوی استراتژیک تجارت الکترونیک و بهبود فضای کسب و کار ممکن است بسیار طولانی و پویا باشد.

منابع

- احمدی زاد، فرزانه و صلواتی، عادل، ۱۳۹۸، عوامل تأثیرگذار شاخص‌های بهبود فضای کسب و کار شرکت‌های صادراتی در استان کردستان، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم، تهران
- بهرامی نیا، ابراهیم و رضایی، محمدجواد، ۱۳۹۶، بررسی نقش اقتصاد دانش بنیان در بهبود فضای کسب و کار، دومین همایش ملی اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال با رویکرد حمایت از کسب و کار ایرانی
- خیامیان، الینا. پاشازاده، یوسف. ابوالفضل، ابوالفضل. (۱۳۹۶). بررسی عوامل اثرگذار بر بهبود فضای کسب و کار در استان آذربایجان غربی (مطالعه موردی :اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ارومیه) . دانشگاه ارومیه
- ماجدی، نوید، ۱۴۰۰، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط، دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا، شیراز