



طراحی مدل معادلات ساختاری عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی

نسیبه حسن زاده^۱

دانیال بهنام (نویسنده مسؤول)^۲

چکیده

هدف از این پژوهش، طراحی مدل معادلات ساختاری عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی است. در این پژوهش، با مطالعه‌ی مبانی نظری در چهار مبحث مدل‌های گرایش کارآفرینی شرکتی، دانش فردی، اقتصاد شبکه ای و موفقیت کارآفرینی الکترونیکی، مؤلفه‌ها و عناصر الگو استخراج و بر مبنای آنها، الگوی پیشنهادی اولیه طراحی و ابزارسنجش آن نیز تدوین شد. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه ی گردآوری و تحلیل اطلاعات و داده ها از نوع توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری شامل ۱۲۷ نفر از کارکنان شرکت های فعال در حوزه کسب و کار الکترونیک استان های خراسان شمالی، خراسان رضوی و گلستان می باشد. در این پژوهش برای اکتشاف عوامل و بسط گویه‌های پرسشنامه از روش تحلیل مولفه‌های اصلی (PCA) و روابط ساختاری استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه و تجزیه و تحلیل داده های پژوهش با استفاده از تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری توسط نرم افزار (AMOS) صورت گرفته است. به منظور روایی پرسش نامه از روایی محتوایی و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد. یافته های پژوهش نشان می دهد مولفه های گرایش کارآفرینانه، دانش فردی و اقتصاد شبکه بر جنبه‌های مختلف موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد. بر اساس یافته‌ها اقتصاد شبکه ای بیشترین اثرگذاری را بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی دارد و فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری، دانش فناوری اطلاعات نیز در درجات بعدی قرار دارند.

کلید واژگان: کارآفرینی الکترونیکی، اقتصاد شبکه ای، گرایش کارآفرینانه، کسب و کار الکترونیک

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی الکترونیک، مربی مرکز آموزش فنی و حرفه ای شماره ۲ بجنورد، ۰۹۱۵۳۸۴۲۸۱۴. Hasanzadeh.N.۲۸۱۴@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، سرپرست مرکز آموزش علمی- کاربردی مهارت شیروان، ۰۹۱۵۱۸۶۶۸۹۹. Danial.Behnameh@yahoo.com



Designing the Structural Equation Model of effective factors of e-entrepreneurship success

Danial Behnameh
Nosayebbeh Hasanzadeh

Abstract

The purpose of this research was Designing the Structural Equation Model of effective factors of e-entrepreneurship success. In this study, with study theoretical foundations in four debates models, personal knowledge, net economy, corporate entrepreneurship and e-entrepreneurship success, components and elements based on their pattern extraction and pattern design and an instrument for assessing its initial proposal was developed. This study is application and the collection method and data analyze is quantitative and its type is descriptive-correlation. The sample consisted of ۱۲۷ employees of companies active in the field of electronic business in the province of North Khorasan, Razavi Khorasan and Golestan. In this study, exploration and development of questionnaire items of principal component analysis (PCA) and the structural relationships are used. Tools for data collection and analysis of data using path analysis and structural equation modeling software (AMOS) has been. The validity and content validity and reliability in order to Cronbach's alpha was used. The findings show that the trend component of Entrepreneurial orientation, personal knowledge and network economy different aspects letter positive and significant entrepreneurial success. According to the findings, the most influence on successful e-entrepreneurship network economy and culture supporter and motivator of creativity and innovation, knowledge of information technology are also on the next level.

Keywords: e-entrepreneurship, Net Economy, Entrepreneurial orientation, e-business,



مقدمه

طی چند سال گذشته، فرایند های ارتباطی و اطلاعاتی در داخل و خارج کسب و کارها به طور فزاینده ای در اکثر بخش های صنعتی تحت پوشش فناوری های اطلاعات الکترونیکی قرار گرفته است. مزایای عمده این گونه فناوری ها (از جمله؛ اینترنت که با ویژگیهای منحصر به فرد خود، بستری مناسب را برای همگرایی بین فرایند توسعه اطلاعات و ارتباطات فراهم کرده است)، خصوصاً با توجه به کارایی و اثربخشی آنها، ادامه این روند را در آینده تضمین می نماید (Kollmann, 2006). توسعه سریع و پیوسته فناوری به همراه اقتصاد شبکه ای، که اشاره به استفاده تجاری از شبکه های داده الکترونیکی، یا به عبارت دیگر؛ یک اقتصاد شبکه ای دیجیتال، دارد که از طریق طرح های مبنای گوناگون، انجام فرایندهای اطلاعاتی، ارتباطی و معاملاتی را امکان پذیر می نماید، به طور قطع تأثیر قابل ملاحظه ای در انواع امکانات برای گسترش مفاهیم کسب و کار خلاقانه ای که بر پایه شبکه های اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی ایجاد گردیده، دارند و به واسطه تأسیس یک شرکت جدید (فعالیت های مخاطره آمیز الکترونیکی) قابل درک می باشند. به رغم این چشم انداز، اصطلاح "کارآفرینی الکترونیکی" بالطبع، عمل تأسیس شرکت های جدید خصوصاً در اقتصاد شبکه ای را توصیف می نماید (Balachandran, Sakthivelan, 2013) و تأسیس این فعالیت های مخاطره آمیز (کارآفرینی الکترونیکی) در اقتصاد شبکه ای بر عهده کارآفرین الکترونیکی است. کارآفرینی الکترونیکی، تجدد گرایی در فرایند کارآفرینی در دهکده جهانی است و یک شیوه جدید در کسب و کار در دنیای جدید است. دنیایی که از آن به عنوان دنیای دیجیتال یا دهکده جهانی نام می بریم. دهکده جهانی^۱ مک لوهان یک فرصت طلایی برای افرادی است که می خواهند با کمترین هزینه و ابزار، حداکثر بازدهی را در کار هدفمند خود به دست آورند. برای همین می توان نام قرن بیست و یکم را قرن بهره وری یا قرن اثربخشی دیجیتالی نامید. (آقازمانی، ۱۳۸۶) خلاقیت و نوآوری در سرزمین دیجیتال، ساز و کارهایی را طلب می کند که آگاهی از مولفه های اثر بخش آن می تواند در تربیت، ترغیب و کسب موفقیت کارآفرینان الکترونیکی به عنوان صنعتگران جامعه اطلاعاتی هزاره سوم نقش بسزایی ایفا کند. این مهم، خط اصلی فکری این پژوهش را شکل می دهد و این پژوهش می کوشد تا در این حوزه و دستیابی به آن گام هایی بردارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱- اقتصاد شبکه ای

ارتباط رو به رشد فناوری اطلاعات و گسترش شبکه های داده الکترونیکی، بعد و سطح جدیدی در کسب و کار / تجارت ایجاد نموده که می توان آن را اقتصاد شبکه ای نامید. این موضوع خصوصاً توسط بخشی از فرایندهای کسب و کار الکترونیکی که منتهی به مسیرهای داده دیجیتال اند، متأثر گردیده است. با توجه به اهمیت اطلاعات به عنوان یک عامل حمایتی و مستقل رقابتی، و همچنین افزایش شبکه های داده دیجیتال، می بایست وجود یک تقسیم بندی در سطوح بازرگانی مرتبط به آینده کسب و کار در دنیا را مسلم تلقی نمود. علاوه بر سطح واقعی محصولات و / یا خدمات فیزیکی (اقتصاد واقعی)، یک سطح الکترونیکی برای شبکه های داده دیجیتال و ارتباطی (اقتصاد شبکه ای) وجود خواهد داشت. امکانات تجاری ناشی از این توسعه (اقتصاد شبکه ای) را می توان، کسب و کار الکترونیکی نامید، که نشان دهنده به کارگیری فناوری های اطلاعات دیجیتال برای حمایت از فرایندهای کسب و کار در مراحل آماده سازی، مذاکره و نتیجه گیری می باشد. عناصر اصلی لازم در این مورد، شامل اطلاعات، ارتباطات و معاملات، میان شرکای تجاری شرکت کننده، از طریق شبکه های دیجیتالی، به ترتیب منتقل و منتهی می گردند. با توجه به مطالب فوق تعریف ذیل را می توان برای اقتصاد شبکه ای ارائه نمود: "اصطلاح اقتصاد

^۱ Village Global



و کار الکترونیک، به توانایی ترکیب خلاقانه مجموعه های مختلفی از تخصص ها که بتواند محدوده وسیعی از نیازهای کسب و کار الکترونیکی که با تکنولوژی های دیجیتال جدید پیچیده و تغییر و تحولاتی سریع، ایجاد می شوند، اشاره دارد. و این ویژگی های خاص ذکر شده کسب و کار الکترونیک، پایه های بنیادین کارآفرینی الکترونیکی را شکل می دهند. و این پایه های بنیادین، به طور ثابت و پایدار از یک یا چند روش در پی توسعه اطلاعات نوآورانه و تکنولوژیهای ارتباطی می باشند. دانش در کسب و کار الکترونیکی با این واقعیات که اغلب کوتاه مدت است و برای هر فردی در هر زمان و مکانی قابل دسترس می باشد، سر و کار دارد. این در حالی است که مفهوم سنتی کارآفرینی به معنای متخصص بودن و کشف و حفاظت از یک دانش منحصر به فرد در بخشی از بازار بود. (Zhao, 2007)

علاوه بر موارد فوق الذکر، چهار ویژگی اصلی ذیل فرایند تأسیس یک کسب و کار را در اقتصاد شبکه ای (کارآفرینی الکترونیکی) را از تأسیس متعارف یک شرکت در اقتصاد واقعی (کارآفرینی سنتی) متمایز می نماید:

- 1- نوع شرکت تأسیس شده: یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی (کارآفرینی الکترونیکی) اغلب یک شرکت مستقل، اصیل و میدعی در داخل اقتصاد شبکه ای می باشد.
 - 2- محیط تأسیس: یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی (کارآفرینی الکترونیکی) توسط فرصت های رشد بالقوه فراوانش و همچنان، عدم اطمینان نسبت به توسعه بعدی در زمینه موفقیت های فناوری اطلاعات فناوری که نیازمند سرمایه گذاری های بسیار بوده، قابل توصیف می باشد.
 - 3- مرجعی برای تأسیس شرکت: یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی (کارآفرینی الکترونیکی) براساس یک ایده کسب و کار که برای اولین بار از طریق به کارگیری ابداع، فناوری اطلاعات امکان پذیر گردیده، ایجاد می شود. خود ایده بیشتر بر اطلاعات به عنوان یک عامل رقابتی در اقتصاد شبکه ای متمرکز می باشد.
 - 4- اساس تأسیس شرکت: یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی (کارآفرینی الکترونیکی) براساس مفاهیم کسب و کار که مستلزم ایجاد الکترونیکی ارزش مشتری از طریق طرح های مبنای الکترونیکی در اقتصاد شبکه ای بوده، ایجاد می شود. این امر نیازمند توسعه و اداره پیوسته و گسترده می باشد.
- همچنین بنیانگذاران (کارآفرینان الکترونیکی) می بایست دارای شایستگی و مهارت در هر سه حوزه علم رایانه، مدیریت اطلاعات و اداره کسب و کار در حد معینی باشند. این امر مستلزم جنبه های ذیل می باشد:
- 1- علم رایانه: جنبه فن شناختی اقتصاد شبکه ای مستلزم داشتن درک و دانشی بنیادین نسبت به فناوری ها، سامانه ها، پایگاه های داده، برنامه نویسی و معماری اینترنت می باشد.
 - 2- مدیریت اطلاعات: اساس فن شناختی که توسط علم رایانه ایجاد گردیده، می بایست از نظر محتوا و ارتباط با مسائل کسب و کار قابل ارزیابی باشند. بدین دلیل، داشتن دانش در حوزه های مدیریت، سیستم های اطلاعاتی، امنیت فناوری اطلاعات ذخیره سازی داده، کنکاش داده یا حتی سیستم های پرداخت الکترونیکی بسیار مهم می باشد. درست همان قدر که درک اساس طرح های مبنای اقتصاد شبکه ای با اهمیت بوده، داشتن مروری دقیق بر مدل های کسب و کار موجود در حال حاضر و امکانات ایجاد ارزش الکترونیکی نیز مهم می باشد.
 - 3- اداره کسب و کار: در سطح اداره کسب و کار، داشتن دانش کامل در زمینه کسب و کار ضروری دارد. مباحثی که در این زمینه می بایست به طور خاص مورد تأکید قرار گیرند، عبارتند از: بازاریابی، سازمان های کسب و کار، مدیریت، تأمین مالی و سرمایه گذاری.

به ندرت، شخصی دارای تمام این مهارت ها می باشد، به طوری که در اکثر اوقات یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی توسط گروهی از بنیانگذاران تأسیس می گردد. تأسیس یک شرکت در اقتصاد شبکه ای (کارآفرینی الکترونیکی)، جدا از آنچه قبلاً گفته شده، به واسطه این امر متمایز می گردد که یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی و ایده کسب و کار الکترونیکی اش



نه تنها یک نیاز را ارضا نموده، بلکه این عمل را به یک شیوه برتر در مقایسه با راه حل های موجود در اقتصاد واقعی انجام می دهد (Kollmann, 2006).

۴- گرایش کارآفرینانه

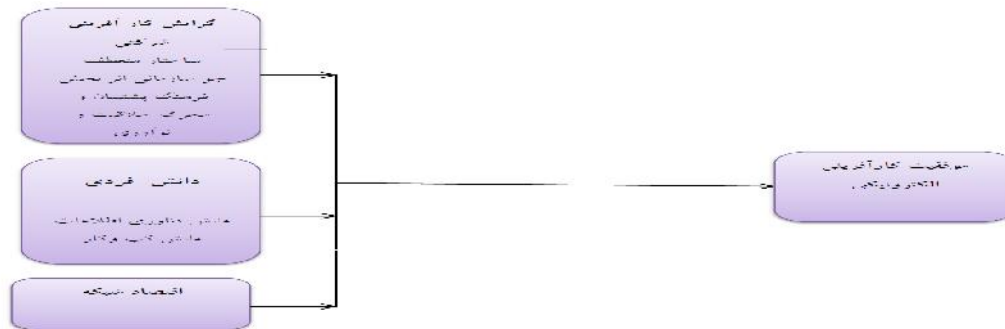
بسیاری از شرکت های موفق، موفقیت خود را به گرایش کارآفرینانه نسبت می دهند (McGrath & MacMillan, 2000). که یک رویکرد تصمیم گیری است که بر مبنای مهارت ها و قابلیت های کارآفرینی ترسیم می گردد. گرایش کارآفرینانه شرکت ها را در حالت هشدار نگه می دارد و با افشای فنآوری های جدید، آنها را از روند بازار آگاه می کند، و به آنها در ارزیابی امکانات جدید کمک می کند. گرایش کارآفرینانه با آگاه نمودن تصمیم گیرندگان از تغییرات صنعت و تقاضای مشتریان به شرکت ها در شناسایی فرصت ها و راه ندازی سرمایه گذاری های جدید کمک می کند. در نتیجه، شرکت هایی که گرایش کارآفرینانه ی قوی نشان می دهند به طور کلی عملکرد بهتری دارند (Lumpkin, Cogliser, Schneider, 2009). گرایش کارآفرینانه سازه ای است به منظور سنجش اینکه تا چه میزان وضعیت و موقعیت یک شرکت با ویژگی های کارآفرینانه یا محافظه کارانه مشخص می گردد (Morris, Webb, Franklin, 2011). گرایش کارآفرینانه یک سازه در سطح تحلیل شرکت بوده و به معنای تمایل مدیران عالی شرکت، و استراتژیست هایی که مسولیت موفقیت و شکست شرکت را بر عهده دارند؛ به انجام ریسک های معقول، نوآوری و پیشگامی استراتژیک می باشد (Zhao, Y., et al., 2011). به این ترتیب این مفهوم، یک سازه روانشناختی است که تمایلات و نیت بازیگران کلیدی سازمان را به سمت وظایف و رفتارهای کارآفرینانه نشان می دهد (Krauss., et 2005). al, به عنوان یک سازه فرآیندی، گرایش کارآفرینانه به روشها، شیوه ها و سبک های تصمیم گیری که مدیران مورد استفاده قرار می دهند، توجه دارد (Lumpkin and Dess, 1996). شرکت های دارای گرایش کارآفرینانه سطوح بالایی از رفتارهای خلاقانه، اثرگذار و خطرپذیر را از خود بروز می دهند (Covin, 1991). آنها موسساتی هستند که این توانایی را دارند تا محیط نامطمئن را به نفع خودشان تغییر دهند (Baker and J Sinkula, 2009). ژاو و همکاران (2011) بیان می کنند از آنجا که گرایش کارآفرینانه منعکس کننده تمایلات استراتژیست های سازمان است، این تمایلات می تواند انتخاب های استراتژیک سازمان را تحت تأثیر قرار دهد (Zhao, Y., et al., 2011).

۵- الگوی مفهومی تحقیق

با توجه به توضیحات ارائه شده در مبانی نظری و در راستای هدف کلی پژوهش که ارائه الگوی مفهومی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی می باشد، سؤالات ویژه ی زیرطراحی شدند.

۱. چه الگویی برای ایجاد موفقیت کارآفرینی الکترونیکی مناسب است؟
۲. مؤلفه و عناصر اصلی الگوی پیشنهادی کدام هستند؟
۳. الگوی پیشنهادی با شرایط متفاوت جامعه تناسب دارد؟
۴. آیا مؤلفه های اصلی الگو با هم دارای همبستگی هستند؟
۵. استخراج یک مدل مفهومی.

لذا با توجه به مطالب فوق الگوی مفهومی پیشنهادی تحقیق در نمودار (۱) ارائه شده است.



نمودار (۱): مدل پیشنهادی پژوهش

روش شناسی

پژوهش حاضر براساس هدف، کاربردی است و روش آن براساس نحوه گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و مدیران شرکت های فعال در حوزه کسب و کار الکترونیک استان های خراسان شمالی، خراسان رضوی و گلستان است که ۱۲۷ نفر می باشند. چون جامعه این پژوهش مشتمل بر ۲۸ شرکت و ۱۲۷ کارمند بود، محققان امکان بررسی کامل جامعه را بصورت سرشماری داشته لذا از نمونه گیری استفاده نشده است. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد که برای گرایش کارآفرینی الکترونیک از پرسشنامه استاندارد و برای دیگر متغیرها پرسشنامه محقق ساخته است. که تعداد کل گویه های پرسش نامه شامل ۵۳ گویه می باشد به منظور بررسی (اعتبار محتوایی و صوری) ابزار سنجش الگو، ابتدا پرسشنامه ی اولیه به حضور ۵ نفر از استادان رشته ی کارآفرینی، مدیریت، ارائه شده که از یک طرف، پس از اعمال نظرات آنان در زمینه ی مؤلفه ها و عناصر الگو و گویه های پرسشنامه، و از طرف دیگر با استفاده از روش تحلیل عاملی اصلاحات لازم به عمل آمد و همچنین سایر اصلاحات نگارشی لحاظ شدند. این پرسشنامه بعد از نهایی شدن به تمامی شعب ارسال گردید. از این تعداد ۱۲۷ پرسشنامه جمع آوری شد. که تعداد ۲ پرسشنامه ناقص بوده و در نهایت تعداد ۱۲۵ پرسشنامه در تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت. به منظور رسیدن به اهداف پژوهش، ابتدا برای پاسخگویی به سؤالات اول و دوم پژوهش، از روش مطالعه ی کتابخانه ای و اسنادی و بررسی منابع چاپی و الکترونیکی استفاده شد. سپس مبانی نظری مرتبط با موضوع گردآوری گردید و با توجه به آنها و انجام مصاحبه ی تخصصی با جمعی از استادان و کارشناسان الگوی اولیه ی طراحی و مؤلفه ها و شاخص های آن نیز شناسایی شد. آنگاه اعتباریابی مؤلفه ها با استناد به نتایج مصاحبه و بهینه سازی مؤلفه ها انجام گرفت و از طریق تحلیل عوامل، اصلاحات لازم صورت پذیرفت و الگوی نهایی تدوین گردید.

جدول شماره (۱) عوامل و شاخصهای نهایی مدل موفقیت کارآفرینی الکترونیکی

عامل	شاخص (متغیر)
ساختار منعطف	ابراز نظر، ارزیابی مسائل چالش انگیز در محیط باز، دسترسی اطلاعات، آشنایی با مأموریت سازمان،
جوسازمانی اثربخش	اختیار لازم برای انتخاب مسولیت، احساس رضایت بخشی، درخواست کمک بدون ناراحتی، همکاری دوستان، وجود بازخورد، آگاه بودن از انتظارات
فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری	ارزش تلقی شدن خلاقیت، تشویق برای کار بهتر و بهروری بیشتر همچنین قبول ریسک، اعتماد به همکاران، استفاده از ایده ها، حمایت از کار گروهی و تغییر، انگیزه برای شرکت در دوره های آموزشی
قابلیت و انگیزش فردی	کافی بودن دانش، اعتماد به توانایی ها، ارائه ایده های نو، به عهده گرفتن مسولیت ها، تحمل عدم اطمینان، تمایل به کار گروهی، انجام کار بدون وقفه
دانش فناوری اطلاعات	دانش استفاده از اینترنت و وسایل ارتباط از راه دور، آشنایی با برنامه نویسی کامپیوتر، آشنایی با وسایل و فناوری سرگرمی، آشنایی با فناوری رسانه
دانش کسب و کار	شناخت انواع شرکتهای حقوقی، آشنایی با بازار، دانش در مورد مسائل مالی، شناخت قوانین مالیاتی، دانش در



مورد بیمه‌های، آشنایی با مسائل مدیریتی	
ارتباط از راه دور، فناوری اطلاعات، اینترنت/شبکه جهانی وب، فناوری رسانه، فناوری سرگرمی عدم وجود اشکالات تکنولوژیکی تارنما در هنگام انجام معاملات بهنگام	اقتصاد شبکه
منحصر به فرد بودن کالا، توسعه بازار، ثبات در فعالیت، نفوذ در بازار	موفقیت کارآفرینی الکترونیکی

به منظور پاسخ به سوالات سوم پژوهش، از آزمون فرض آماری میانگین یک جامعه یا عبارتی از آزمون T یک نمونه‌ای استفاده گردیده است که در واقع تفاوت بین میانگین نمونه مورد بررسی را با یک مقدار مفروض مورد آزمون قرار می‌دهد. بطور خلاصه برای بررسی وضعیت هر کدام از متغیرهای پژوهش از آزمون آماری میانگین یک نمونه استفاده گردید. به منظور عدم تداخل با فرضیات پژوهش در هر مورد، گزاره مربوطه به صورت سوال مطرح شده است. فرضیه صفر در تمام متغیرهای تحقیق با توجه به طیف ۵ تایی لیکرت به این صورت است: آزمون فرض:

$$H_0: (\text{فرضیه صفر}) \mu = 3$$

$$H_1: (\text{فرضیه مقابل}) \mu \neq 3$$

بایستی ذکر شود از آنجا که حدس خاصی در ارتباط با وضعیت متغیرهای پژوهش نمی‌توان زد از سوال و متعاقباً آزمون میانگین دو طرفه استفاده شده است. با توجه به اینکه تمامی سوالات پرسشنامه بصورت مستقیم طراحی شده‌اند میانگین بدست آمده در بازه ۴ تا ۵ به معنای وضعیت مناسب، در بازه ۳ تا ۴ به معنای وضعیت نسبتاً مناسب، در بازه ۲ تا ۳ به معنای وضعیت نامناسب و در بازه ۱ تا ۲ به معنای وضعیت بحرانی می‌باشد. با توجه به اینکه حدس خاصی راجع به وضعیت متغیرها نمی‌توان زد از آزمون میانگین دو جامعه (دو طرفه) استفاده شده است (جدول ۲) و بجای ارائه فرضیه می‌توان از سوال استفاده نمود.

جدول (۲) بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق	ضریب معناداری (SIG)	آماره T	میانگین	وضعیت
ساختار منقطع	۰.۰۰۲	۳.۱۹۱	۳.۱۶۳۹	نسبتاً مناسب
جوسازمانی اثربخش	۰.۰۰۰	۷.۸۸۵	۳.۳۴۰۷	نسبتاً مناسب
فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری	۰.۰۰۰	۳.۲۹۱	۳.۲۶۳۹	نسبتاً مناسب
قابلیت و انگیزش فردی	۰.۰۰۰	-۸.۰۶۹	۲.۶۳۸۰	متوسط
دانش فناوری اطلاعات	۰.۰۰۰	-۳.۷۰۷	۲.۸۳۴۷	نسبتاً مناسب
دانش کسب و کار	۰.۰۰۰	۷.۸۹۵	۳.۳۲۰۱	نسبتاً مناسب
اقتصاد شبکه	۰.۰۰۰	-۳.۷۱۷	۲.۹۶۶۶	متوسط

به منظور پاسخ به سوالات چهارم و پنجم فرضیات زیر با توجه به ادبیات پژوهش در نظر گرفته شده است:

۱- فرضیه‌های پژوهش

۱- گرایش کارآفرینانه شرکتی بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد

۱-۱ ساختار منقطع بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۲-۱ جوسازمانی اثربخش بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۳-۱ فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۴-۱ قابلیت و انگیزش فردی بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۲- دانش فردی بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد

۲-۱ دانش فناوری اطلاعات بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.



۲- دانش کسب و کار بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۳- اقتصاد شبکه بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی اثر مثبت و معنی داری دارد.

۲- اعتبار پایایی ابزار اندازه گیری

در این پژوهش، به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرنباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه همسانی درونی ابزار اندازه گیری که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کند، به کار می رود. برای بررسی روایی سازه ای و نیز ساختار عوامل متغیرهای پژوهش، شیوه آماری تحلیل عاملی از نوع اکتشافی از روش مولفه های توأم با چرخش واریماکس استفاده شده است. بارهای عاملی ۰/۰۵ به عنوان بارهای عاملی بالا و قابل قبول در نظر گرفته شده اند. جدول (۲) نتایج بررسی روایی و پایایی پرسشنامه را نشان می دهد با توجه به داده های جدول، مقدار آلفای کرنباخ کلیه ضرایب مذکور بزرگتر از حداقل مقدار آلفای کرنباخ کلیه ضرایب مذکور بزرگتر از حداقل مقدار قابل قبول آلفای کرنباخ، یعنی ۰/۷ بوده اند. لذا پایایی پرسشنامه تایید گردید و پایایی کلی پرسشنامه ۰/۸۸ می باشد.

تحلیلی عاملی این پرسشنامه استقلال چهار عامل برای گرایش کارآفرینانه شرکتی، دو عامل برای دانش فردی، پنج عامل برای اقتصاد شبکه و چهار عامل را برای موفقیت کارآفرینی الکترونیکی نشان میدهد. مقادیر جدول (۳) از خروجی نرم افزار SPSS ۱۹ هستند. آنچه گفته شد ضامن اعتبار و پایایی شاخص ها قبل از نتیجه گیری درباره روابط بین عوامل یا سازه ها خواهد بود. پس از ارزیابی پرسشنامه، در مرحله بعد توسط تحلیل عامل تاییدی برازش مدل تخمین زده خواهد شد.

جدول شماره (۳) خلاصه آزمون پایایی و تحلیل عاملی اکتشافی

متغیر	آلفای کرنباخ	KMO	عوامل استخراج شده در تحلیل عاملی اکتشافی به روش مولفه های اصلی	مقدار ویژه	درصد واریانس توسط عامل R ²	درصد کل واریانس تعیین شده
گرایش کارآفرینانه	۰/۸۸	۰/۷۶	عامل ۱	۱/۲۵۱	۱۶/۵۷	۵۳/۵۴
			عامل ۲	۲/۶۷۵	۱۶/۲۶	
			عامل ۳	۱/۷۵۲	۱۱/۵۱	
			عامل ۴	۲/۲۰۱	۹/۱۶	
دانش فردی	۰/۸۰	۰/۷۵	عامل ۱	۲/۲۰۴	۹/۱۸	۷۵/۵۵
			عامل ۲	۳/۷۶۸	۲۰/۹۰	
اقتصاد شبکه	۰/۷۱	۰/۷۱	عامل ۱	۱/۹۶۹	۱۸/۹۰	۸۷/۸۹
موفقیت کارآفرینی الکترونیکی	۰/۹۲	۰/۸۵	عامل ۱	۱/۵۵	۱۸/۲۴	۸۹/۲۴

ماخذ: داده های پژوهش

یافته ها

۱- همبستگی بین متغیرها مستقل و وابسته:

جدول (۴) همبستگی ما بین متغیرها مستقل و وابسته

متغیر وابسته	متغیر مستقل	موفقیت کارآفرینی الکترونیکی
ضریب همبستگی پیرسون	گرایش کارآفرینانه شرکتی	۰/۶۶**
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی پیرسون	ساختار منعطف	۰/۲۶**
	سطح معنی داری	۰/۰۰۰
ضریب همبستگی پیرسون	جوسازمانی اثربخش	۰/۴۰**

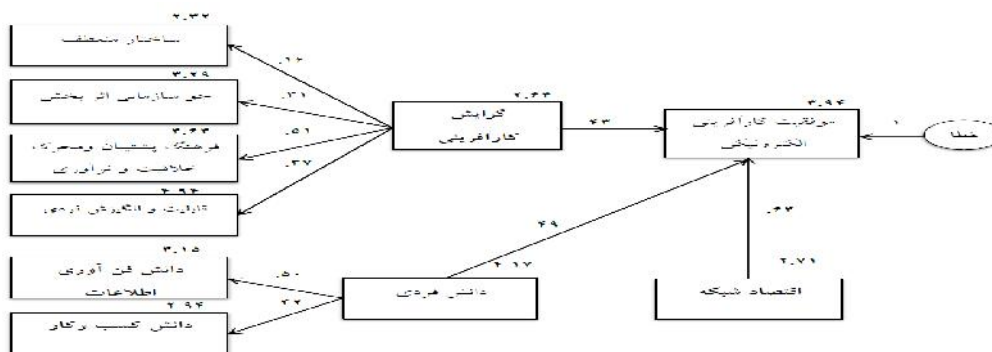


پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزی و اشتغال



	سطح معنی داری	۰.۰۰۰
فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۷۷**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۱
قابلیت واکنش فردی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۳**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۰
دانش فردی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۳**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۰
دانش فن آوری اطلاعات	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۸**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۰
دانش کسب و کار	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۴۲**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۲
اقتصاد شبکه	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۸۷**
	سطح معنی داری	۰.۰۰۰

۲-ارائه و برآورد مدل:



نمودار (۲): برآورد مدل پیشنهادی

همانطور که در خروجی نرم افزار از تخمین های استاندارد و نیز اعداد معنی داری مربوط به تحلیل مسیر مشاهده میشود (نمودار ۲) گرایش کارآفرینی شرکتی به عنوان متغیری مکنون در چهار متغیر و دانش فردی به عنوان متغیر مکنون دو متغیر شناسایی شده است.

۳-برآورد مدل:

ارزیابی برازش مدل مدل با مقایسه ماتریس کوواریانس بر آورده شده برای جامعه (بر اساس مدل) و ماتریس کوواریانس نمونه (بر اساس داده های مشاهده شده) به دست می آید. مهمترین شاخص های برازندگی روابط خطی ساختاری که به تبیین واریانس می پردازند، شاخص های برازندگی (GFI)، شاخص شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)، شاخص برازش افزایشی (IFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش هنجار شده (NFI) که از نظر درجات آزادی تعدیل شده و جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) هستند. هر پرسش آزمون معنی داری برای شاخص های GFI, IFI, AGFI, CFI و NFI و که بین صفر (بر ارزش ضعیف) و یک (بر ارزش کامل) متغیر است. هر چه این شاخص ها به یک نزدیک تر باشند، اشاره برازش بهتر مدل از داده ها دارد. در مورد شاخص RMSEA نیز مقادیر کوچک شاخص نشاندهنده برازش خوب مدل است.

^۱Root mean square error of approximation



نتایج برازش مدل اندازه گیری گرایش کارآفرینانه، دانش فردی، اقتصاد شبکه، موفقیت کارآفرینی الکترونیکی در تایید تحلیل عاملی اکتشافی انجام شده در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول شماره (۵): خلاصه تحلیل عاملی تاییدی و شاخص های خوبی برازش

عنوان شاخص	مقدار	دامنه مطلوب	نتیجه	عنوان شاخص
$\frac{\chi^2}{df}$	۱/۳۹۰	$\frac{\chi^2}{df} < 2$	تأیید مدل	مجذور کای
RMSEA	۰/۰۴۰	RMSEA < ۰.۰۵	مورد قبول	ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب
RMR	۱/۳۵۸	RMR ≥ ۰	تأیید مدل	ریشه میانگین مربعات باقیمانده
GFI	۰/۹۴۳	GFI > ۰.۹	تأیید مدل	نیکویی برازش
AGFI	۰/۹۰۱	AGFI > ۰.۸۵	تأیید مدل	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده
NFI	۰/۹۱۱	NFI > ۰.۹۰	تأیید مدل	شاخص برازش هنجار شده (بنتلر - بونت)
CFI	۰/۹۷۸	CFI > ۰.۹۰	تأیید مدل	شاخص برازش تطبیقی
IFI	۰/۹۷۹	IFI > ۰.۹۰	تأیید مدل	شاخص برازش افزایشی

مقادیر به دست آمده برای شاخص های فوق باتوجه به محدوده پیشنهادی برای مقایسه، نشانگر برازش متوسط تا خوب برای مدل می باشند.

بحث و نتیجه گیری

ایجاد فعالیت های مخاطره آمیز جدید (کارآفرینی الکترونیکی)، نقش تعیین کننده ای در توسعه اجتماعی و اقتصادی هر کشور بازی می نماید. این امر ناشی از این واقعیت است که در کنار هر فعالیت مخاطره آمیز جدید که بازاری خلق می نماید، شرکایی به وجود آمده که به طور بالقوه محرک رقابت و پیشرفت اقتصاد می باشند. بنابراین، تشکیل شرکت های جدید در داخل اقتصاد شبکه (کارآفرینی الکترونیکی) علی رغم ناآرامی بازار فعلی، موضوع مهمی برای هر صنعت ملی می باشد. با این حال، کسب و کار الکترونیکی می بایست توسط تصمیم گیرندگان مورد بی اعتنایی قرار نگیرد؛ چرا که مزایای فن شناختی اش کاملاً واضح و قطعاً به فرایند ها و مفاهیم جدیدی در کسب و کار منجر خواهد شد. همچنین توانایی بدست آوردن حداکثر سود از روابط هماهنگ شده در جهان کسب و کار الکترونیکی رقابتی امروز، ضروری شده است. توان مصرف کننده یا خریدار به دنیای کسب و کار الکترونیک غلبه خواهد کرد و کارآفرینان الکترونیکی کوچکتر را سوق می دهد که با هم ادغام شوند تا برای مشتریانی که رو به افزایش اند، محصولات و خدمات، اطلاعات غنی و سریع الانتقال و معاملات با کیفیت و سریع فراهم کنند. علاوه بر این مشارکت الکترونیکی یکپارچه کمک می کند که فرآیند تولید به مصرف از طریق طراحی و برنامه ریزی مشترک، سریعتر و راحت تر صورت گیرد و کارآیی را از طریق اینترنت با کاهش کالاهای انباشته در بازار بهبود می بخشد، در نتیجه سودآوری ایجاد می کند. یافته های حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش نشان دهنده تاثیر اقتصاد شبکه ای بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی بوده است و پس از آن فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری، دانش فناوری اطلاعات در درجات بعدی قرار دارند. در واقع اقتصاد شبکه ای با طرح های مبنای گوناگون، انجام فرایندهای اطلاعاتی، ارتباطی و معاملاتی را امکان پذیر می نماید و از طریق ارتباط از راه دور، فناوری اطلاعات، اینترنت/شبکه جهانی وب، فناوری رسانه، فناوری سرگرمی عدم وجود اشکالات تکنولوژیکی تارنما در هنگام انجام معاملات بهنگام بیشترین تاثیر را بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی به عنوان سطحی از خدمات که کارآفرین آرزوی دریافت آنرا دارد داشته است. باتوجه به اثرمدیریت دانش بر موفقیت کارآفرینی الکترونیکی و با نگاه به این مورد که کارآفرینی الکترونیکی افق های نوینی در کسب و کار و اشتغال زایی مولد ایجاد کرده که همگی، در توسعه پایدار در دهکده جهانی نقش مهمی ایفا کرده است و با دانش بر وضعیت کنونی اشتغال و نرخ بالای بیکاری



در زمان فعلی در ایران باید تدابیری از سوی مدیران ارشد جهت شناسایی و برداشت موانع اقتصاد شبکه و تلاش برای فراهم نمودن زیر ساخت های لازم که در پژوهش به آن اشاره شده است وجود داشته باشد. از نظر میزان همبستگی بین مؤلفه ها با موفقیت کارآفرینی الکترونیکی نیز با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مشخص شد که اکثر مؤلفه های الگو با موفقیت کارآفرینی الکترونیکی دارای همبستگی متوسط و زیاد هستند. همچنین، در سنجش میزان تناسب الگو مشخص شد که پنج مؤلفه در سطح نسبتا مناسب و دو مؤلفه در سطح متوسط می باشند. به طور کلی، الگوی ارائه شده می تواند موجب استفاده ی هر چه بهتر از ظرفیت های بالقوه و بالفعل عناصر مطرح شده در نظام کارآفرینی الکترونیکی شود. این امر ارائه ی برنامه ریزی کارآفرینی متناسب با نیازها، خواسته ها کنونی کشور را میسر می سازد و در نهایت، ساختاری تازه را مبتنی بر استفاده از کارآفرینی الکترونیکی ایجاد می کند. ضرورت توجه به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در امر کارآفرینی الکترونیکی در زمینه های زیر بسیار ضروری است:

- آموزش مهارتی روشهای جستجوی موثر در اینترنت و وب و آموزش منابع دسترسی به اطلاعات به منظور کسب مزیت رقابتی در کسب و کار.
- آموزش مهارتی در حوزه های کسب و کار الکترونیک (مراحل راه اندازی و توسعه، روشها و ابزار) و طراحی صفحات وب.
- روشها و ابزارهای مختلف کسب و کار الکترونیک و یا ایجاد و توسعه ی کسب و کارهای الکترونیک.

منابع

- آقا زمانی، علی محمد و شهریوری، عبدالله. (۱۳۸۶). مقدمه ای بر کارآفرینی دیجیتال، چاپ اول، تهران، انتشارات ناقوس اندیشه.
- Balachandran. V & Sakthivelan. M. Sree. (۲۰۱۳). *Impact Of Information Technology On Entrepreneurship (e-Entrepreneurship) Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR), Volume ۲, No. ۲.*
- Baker, W. E., and J. M. Sinkula (۲۰۰۹). *The Complementary Effects of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Profitability in Small Businesses, Journal of Small Business Management* , ۴۷(۴), pp. ۴۴۳-۴۶۴.
- Covin, J.G. (۱۹۹۱), 'Entrepreneurial Versus Conservative Firms: A Comparison of Strategies and Performance,' *Journal of Management Studies*, ۲۸ ۴۳۹-۴۶۲.
- Coronas , Andrew , Zutshi , Ambika .(۲۰۱۲). *The E-Learning Cycle and Continuous Improvement for E-Entrepreneurs. International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, ۳(۳), ۱-۱۲.
- Kollmann (۲۰۰۶), "What is e-entrepreneurship? – fundamentals of company founding in the neteconomy", *Int. J. Technology Management*, Vol. ۳۳, No. ۴, ۳۲۲-۳۴۰.
- Krauss, S.I., Frese, M., Friedrich, C., & Unger, J.M. (۲۰۰۵). *Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. European Journal of Work & Organizational Psychology*, ۱۴, ۳۱۵-۳۴۴.
- Lumpkin, G.T., Cogliser, Claudia C., Schneider, Dawn R. (۲۰۰۹). *Understanding and Measuring Autonomy: an Entrepreneurial Orientation Perspective, Entrepreneurship: Theory and Practice, Baylor University*, ۱۰۴۲-۲۵۸۷.
- Lumpkin. G., T and .Dess. G. G, (۱۹۹۶). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance, The Academy of Management Review*, Vol. ۲۱, No. ۱, (Jan., ۱۹۹۶), pp. ۱۳۵-۱۷۲.
- McGrath, R.G. & MacMillan, I.C. (۲۰۰۰). *The entrepreneurial mindset. Boston: Harvard Business School Press.*



پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی
مهارت آموزی و اشتغال



- Morris, Michael H., Webb, Justin W., Franklin, Rebecca J., (۲۰۱۱). *Understanding the Manifestation of EO in the Nonprofit Context*, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Baylor University, ۱۰۴۲-۲۵۸۷.
- Steinberg, A. (۲۰۰۴). *Entrepreneurship and success in e-business: on changing meanings of expertise and community in e-entrepreneurship*. London: *The London School of Economics and Political Science*.
- Zhao , Fang .(۲۰۰۷). *Issues and challenges facing e-entrepreneurship and e-Innovation*. IRMA International Conference.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, Soo H., Chen, Long B. (۲۰۱۱). *Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning, and Performance: Evidence From China*, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, ۱۰۴۲-۲۵۸۷.