

تأثیر عوامل مدیریتی بر بازده کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران

گلاره رضازاده مافی

گروه مدیریت مالی و حسابداری، موسسه آموزش عالی غیردولتی - غیرانتفاعی سمنگان، ایران

Email: gelareh.r.mafi@gmail.com

چکیده- هدف پژوهش بررسی عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران می‌باشد. روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران و کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از آزمون‌های روایی واگرا، روایی همگرا در نرم-افزار اسپاس و اسمارت پی ال ۳ استفاده شده است. همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد که این مقدار برای تک‌تک متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ بوده است که نشان از تایید پایایی پرسشنامه دارد. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تأثیر معنادار دارد. با توجه به اینکه متغیرهای یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تأثیر معناداری دارند، می‌توان با استفاده از شیوه‌های مختلف که در قسمت پیشنهادات ارائه شده است، این تأثیرات را افزایش داد.

کلیدواژه‌ها: کسب و کار الکترونیکی، شرکت کوچک و متوسط

مقدمه

امروزه اینترنت به بستری گسترده جهت انجام کسب و کارهای تجاری و رسانه‌ای قوی جهت انجام بازاریابی شرکت‌ها تبدیل شده است. گسترش کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات، عرصه‌های مختلف زندگی بشر را

تحت تأثیر قرار داده است. کسب و کارهای الکترونیکی به عنوان یکی از دستاوردهای نوین عصر اطلاعات، عرصه تجارت جهانی را دستخوش تغییر فراوانی کرده و مزیت‌های شگفت‌آوری را در شیوه‌های انجام کسب و کار، برای مصرف‌کنندگان و فروشندگان ایجاد نموده است. میلار و همکارانش (۲۰۱۵) معتقدند کسب و کار الکترونیکی به ابزاری حیاتی در انجام معاملات تبدیل شده است؛ کسب و کار الکترونیکی را خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت تعریف می‌کنند در کسب و کار الکترونیکی، مشتریان با خرید الکترونیکی از عرضه‌کنندگان یا واسطه‌ها به ارضای نیازها و خواسته‌های خود اقدام می‌کنند (متیو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶).

تغییر سریع و گسترده فناوری تولید در دهه‌های اخیر و فاصله گرفتن از تولید انبوه در صنایع بزرگ و گرایش به سمت تولید انعطاف‌پذیر در صنایع کوچک و متوسط، هر چند توانایی رقابت فعالیت‌های صنعتی کوچک را افزایش داده و منجر به انتقال فعالیت‌های اقتصادی از صنایع بزرگ به سمت صنایع کوچک شده، لیکن این موضوع به معنای حذف صنایع بزرگ و جایگزینی آن با صنایع کوچک نبوده؛ بلکه روند حرکت، به سوی تعامل هر چه بیشتر این دو با یکدیگر و در قالب یک زنجیره تولید بوده است. به گونه‌ای که تقسیم کار میان صنایع کوچک و بزرگ به شکلی صورت پذیرفته که آنها به جای رقابت با هم، یکدیگر را کامل می‌کنند. در این راستا موضوع ارتقاء عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل نقش بسیار مهم و حساس آنان در شرایط نابسامان اقتصادی و همچنین رویارویی آنان با شرکت‌های بزرگ یکی از دغدغه‌های بزرگ به شمار می‌آید و از مقولاتی است که باید بدان با جدیت پرداخته شود (روسو^۲، ۲۰۲۰).

متاسفانه اعتقاد به فضای نامساعد کسب و کار در ایران، این روزها دیدگاه مشترک صنعتگران و مسئولان صنعتی کشور است. به طوری که صنعتگران معتقدند، در شرایط فعلی که نرخ ارز هر روز با نوسان همراه بوده یا بانک‌ها در صورت ارائه تسهیلات، نرخ سود بالایی را از واحدهای تولیدی طلب می‌کنند یا در اوضاع و احوال تحریم‌های بین‌المللی دولت دست از دخالت در قیمت‌گذاری‌ها برنمی‌دارد، فضای کسب و کار هر روز اوضاع بدتری پیدا می‌کند. در این میان شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان شرایط متفاوت‌تر و حساس‌تری دارند. کارشناسان اقتصادی معتقدند که بهبود فضای کسب و کار در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان می‌تواند منجر به افزایش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش بهره‌وری شود (چن^۳، ۲۰۱۹).

¹ Mathews

² Rusu

³ Chen

باید توجه داشت توسعه شرکت‌های دانش بنیان یکی از ارکان تقویت بنیه اقتصادی کشور محسوب می‌شود. صنایع نوپا اکنون از سهم قابل توجهی در تجارت جهانی برخوردار هستند، لذا رشد و توسعه پایدار این صنعت می‌تواند تاثیر بسزایی در اشتغال‌زایی، افزایش تولید ناخالص داخلی و کسب درآمدهای غیرنفتی برای کشور داشته باشد. به دلیل اهمیت اقتصادی، اجتماعی این صنایع به سمت توسعه پایدار در این صنعت احساس می‌شود (مجبی و همکاران، ۱۳۹۶). یکی از راه‌های توسعه این صنعت توجه به بحث کارآفرینی الکترونیکی و یا کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات در این حوزه است. این در حالی است که واحدهای کوچک و متوسط دانش بنیان در سه مورد مذکور نه تنها کارنامه مورد قبولی نداشته‌اند بلکه در زمینه‌های یاد شده افت آشکاری نیز داشته‌اند و تنها ۳۷ درصد از این گونه شرکت‌ها موفق به ارائه عملکرد خوبی با استفاده از دارایی‌های خود بوده‌اند. امروزه مدل جدیدی از دارایی‌ها در عرصه سازمانی مطرح شده است. به‌طور کلی عوامل موثر بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی تاثیر دارد که به عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی تقسیم می‌شود و تاثیر آن بر عملکرد تجاری و غیرتجاری سازمان، گرایش یافته است (پورحیدری و سلجوقی، ۱۳۹۵). بنابراین بررسی عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های دانش بنیان کوچک و متوسط می‌تواند یکی از شروط ارتقاء عملکرد آنان باشد. از سوی دیگر باید توجه داشت در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان، متغیر کارآفرینی نوآورانه عامل اساسی و کلیدی در توسعه اقتصادی آنان به‌شمار می‌آید (انتظاری، ۱۳۹۷). به همین دلیل تحقیق حاضر در پی بررسی عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های دانش بنیان کوچک و متوسط است.

اهمیت و ضرورت تحقیق

کارآفرینان در هر جامعه‌ای نیروهای خلاق، متفکر، نوآور و باذوقی هستند که جامعه را نه فقط از بعد اقتصادی بلکه از ابعاد دیگری چون بعد اجتماعی، فرهنگی و معنوی نیز رشد می‌دهند. ابتدایی‌ترین هدف کارآفرینی که امروز به اشتباه، مهم‌ترین و گاهی تنها هدف آن فرض می‌شود، ایجاد اشتغال است، که یکی از مسائل تعیین کننده در اقتصاد کشورها محسوب می‌شود و باید برای حل آن اقدامات اساسی صورت بگیرد (میگلوری^۱، ۲۰۱۹).

^۱ Migliori

در همین راستا فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث به وجود آمدن فرصت‌های جدید برای تعریف کار، مشتری، بازاریابی و همه مؤلفه‌هایی که به کسب و کار الکترونیکی منجر می‌شود شده است. رشد جمعیت و افزایش فارغ‌التحصیلان بیکار همچنین مزیت‌های کارآفرینی دیجیتال باعث اهمیت و جایگاه این مسئله در بین مسئولان و دانشگاهیان و مردم شده است. طبق نظریه شبکه‌های اجتماعی، کارآفرینی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این ارتباط اجتماعی می‌تواند رابط کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه‌ای عظیم با مقیاس جهانی (اینترنت) شده است. در کشورهای پیشرفته، اینترنت یکی از مهم‌ترین ابزارهای کارآفرینان است. این افراد از طریق این شبکه بر قابلیت‌های خود افزوده و از مزایای آن بهره می‌گیرند (اوموش^۱، ۲۰۱۸).

شرکت‌های اقتصادی متوسط و کوچک به دلیل نداشتن وابستگی به سایر دستگاه‌ها، وحدت مدیریت و مالکیت فکری و خانوادگی از ظرفیت‌های مناسبی برای ایجاد و افزایش اشتغال در کشور برخوردار هستند و نقش مهمی در افزایش اشتغال را برعهده دارند. افزایش اشتغال‌زایی در کشور با احیا و تطبیع اقتصادی شرکت‌های اقتصادی کوچک و برخورداری از فناوری‌های روز دنیا محقق می‌شود. شرکت‌های کوچک و متوسط دانش بنیان به جهت توسعه فناوری‌های نوین، تولید ثروت در جامعه، اشاعه دانش، ترویج کارآفرینی، ایجاد مشاغل جدید، توسعه و پایدار کردن اقتصاد دانش بنیان، و در نهایت توسعه بهره‌وری اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. از سوی دیگر در مدیریت عملکرد فرآیندهای کسب و کار، شناسایی عوامل موثر بر پیشبرد عملکرد کسب و کار بسیار حیاتی است و از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ از آنجایی که هر سازمان اهداف و دستاوردهای مخصوص به خود را داراست و ماهیت کسب و کارها با هم متفاوت است، در نتیجه متغیرهای موثر بر عملکرد کسب و کار هر سازمان نسبت سازمان دیگر متفاوت خواهد بود. در واقع به منظور حمایت از سازمان‌های تجاری در بخش تحلیل داده‌های فرآیند کسب و کار، باید متغیرهای مختلف بررسی شوند تا وضعیت فعلی کسب و کار ارزیابی شده و بهترین کار ممکن برای رشد و پیشرفت کسب و کار پیشنهاد گردد. با توجه به اینکه عملکرد این شرکت‌ها نقش مهمی در به‌روز شدن محصولات صنعتی، توسعه اقتصادی، ارزآوری و ایجاد اشتغال در کشور دارد؛ اهمیت موضوع تحقیق کاملاً آشکار می‌شود (گومز^۲، ۲۰۱۷).

¹ Omoush

² Gomes

همچنین کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است. بر این اساس اهمیت نقش بسترسازی کارآفرینی و وظیفه دولت مشخص می‌شود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات را که همان شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی است، توسعه دهد و امکان دسترسی آسان همه به این شبکه را فراهم کند، ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا کند (مارتونوم^۱، ۲۰۱۴).

پدیده فرار مغزها که خصوصاً در فناوری نو بیشتر رایج است از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیل کرده این کشورها، صرفاً اجرایی بار آمده و تربیت شده‌اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند و از سوی دیگر، افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند، بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی‌یابند. کارآفرینان می‌توانند مشاغلی را در زمینه فناوری برای متخصصان داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که بوجود می‌آورند، علاوه بر کلیه مزایای کارآفرینی، از فرار مغزها نیز جلوگیری کنند. بنابراین می‌توان اهمیت موضوع تحقیق را این‌گونه بیان نمود که فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به‌عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. لیکن دارای چالش‌های مدیریتی درون سازمانی و برون سازمانی و موانع قانونی می‌باشد، که اهمیت موضوع را به وضوح مشخص می‌نماید.

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

تعیین تاثیر عوامل مدیریتی درون سازمانی و حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران

اهداف فرعی:

- هدف ۱:** تعیین تاثیر عوامل مدیریتی درون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران
- هدف ۲:** تعیین تاثیر حمایت‌های برون سازمانی بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران

^۱ Marimuthu

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری داده پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل مدیران و سرپرستان شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری استان تهران است که تعداد آنان با توجه به آمار اخذ شده از دفتر مرکزی، پارک علم و فن آوری استان تهران در سال ۱۳۹۹ برابر ۶۲۰ اعلام شده است. بنابراین با توجه به جدول مورگان حجم نمونه برابر ۲۳۷ نفر در نظر گرفته شد در همین خصوص تعداد ۳۰۰ پرسشنامه جهت دریافت ۲۳۷ پرسشنامه صحیح توزیع خواهد شد. جهت تجزیه و تحلیل آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از نمونه‌ها از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد.

زیربخش‌ها	متغیر	منبع	گویه‌های مربوطه

محاسبه پایایی ابزار تحقیق با روش پی‌ال‌اس

پایایی این تحقیق مطابق با روش پی‌ال‌اس از سه طریق ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شده است.

ضرایب بارهای عاملی

شکل ذیل مدل تحقیق را به همراه ضرایب بارهای عاملی نشان می‌دهد. با توجه به اینکه کلیه بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴ می‌باشند، لذا مدل از پایایی مناسب برخوردار است.

آلفای کرونباخ

نتایج آزمون آلفای کرونباخ که با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۱ انجام شد در جدول ذیل به اختصار ارائه گردیده است. چون مقادیر آلفا بالاتر از ۰.۷ می‌باشد حاکی از پایایی مناسب مدل دارد.

^۱ Smart PLS

ضریب آلفای کروناخ مربوط به پایایی پرسشنامه

آلفای کروناخ	متغیرها
۰.۷۶	عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی
۰.۷۱	وجود قوانین مدون و مصوب
۰.۸۲	حمایت دولت
۰.۸۳	مدت زمان اخذ مجوزهای لازم
۰.۸۶	تجربه مدیریت
۰.۷۷	وجود نیروی متخصص
۰.۷۴	مدل کسب و کار

پایایی ترکیبی (سی آر^۱)

نتایج آزمون پایایی ترکیبی که با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۲ انجام شد به اختصار در جدول ذیل ارائه گردیده است. چون مقادیر پایایی ترکیبی بالاتر از ۰.۷ می باشد لذا مدل پایایی مناسبی دارد.

نتایج مربوط به پایایی ترکیبی (CR)

پایایی ترکیبی	متغیرها
۰.۸۶	عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی
۰.۸۳	وجود قوانین مدون و مصوب
۰.۸۹	حمایت دولت
۰.۹۰	مدت زمان اخذ مجوزهای لازم
۰.۹۲	تجربه مدیریت
۰.۸۵	وجود نیروی متخصص
۰.۸۳	مدل کسب و کار

محاسبه روایی با روش پی ال اس^۳

در این تحقیق با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس روایی پرسشنامه، به وسیله روایی واگرا محاسبه گردید.

^۱ CR: Composite Reliability

^۲ Smart PLS

^۳ PLS

روایی همگرا

با توجه به اینکه در این پژوهش مقدار اوه (متوسط واریانس استخراج شده) برای هر یک از متغیرها بیشتر از ۰.۵ است، این اعداد حکایت از روایی همگرای مناسب مدل دارند. با در نظر گرفتن مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰.۷ (کرونباخ^۱، ۱۹۵۱)، برای پایایی ترکیبی ۰.۷ (نونالی^۲، ۱۹۷۸) و برای اوه ۰.۵ (فرنل و لاکر^۳، ۱۹۸۱) می‌باشد و مطابق با یافته‌های حاصل تمامی این معیارها در مورد متغیرها مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر را تأیید ساخت.

نتایج حاصل از روایی همگرا تحقیق

متغیرها	AVE
عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی	۰.۶۴
وجود قوانین مدون و مصوب	۰.۷۱
حمایت دولت	۰.۷۵
مدت زمان اخذ مجوزهای لازم	۰.۷۴
تجربه مدیریت	۰.۶۶
وجود نیروی متخصص	۰.۷۰
مدل کسب و کار	۰.۵۷

منبع: یافته‌های تحقیق

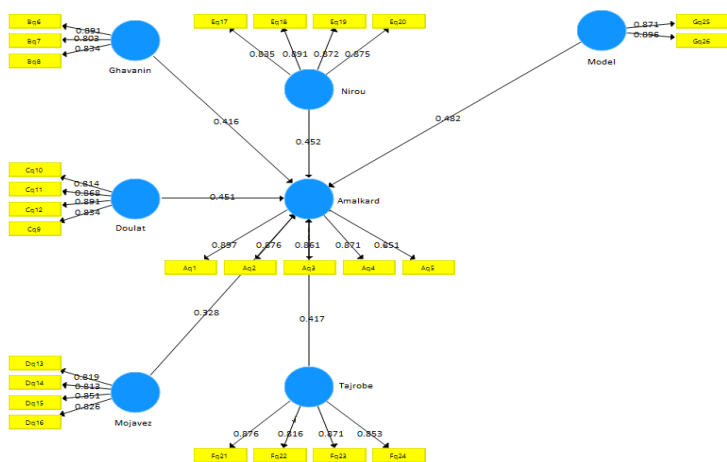
برازش مدل ساختاری

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه، به دست می‌آید که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از ۰.۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین متغیر و شاخص‌هایش از واریانس خطای اندازه‌گیری آن متغیر بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری، قابل قبول است. نکته مهم در اینجا این است که اگر محقق پس از محاسبه بارهای عاملی بین متغیر و گویه‌های آن با مقادیری کمتر از ۰.۴ مواجه شود، باید آن گویه‌ها (سوالات پرسشنامه) را اصلاح نموده و یا از مدل پژوهش خود حذف نماید (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

¹ Cronbach

² Nunnally

³ Fornel & Larker



ترسیم مدل به همراه ضرایب بارهای عاملی

پیشنهادات تحقیق

با توجه به تایید شدن تمام فرضیه‌های تحقیق پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

فرضیه ۱: مدت زمان اخذ مجوزهای لازم بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.

پیشنهاد می‌شود؛

تصمیم‌ها و فعالیت یکپارچه در جهت توجه به فعالیت‌های نوآورانه در بخش کوتاه کردن زمان در اخذ مجوزهای لازم به سازمان‌های مربوطه و ذی‌صلاح صورت پذیرفته و ارائه گردد، تا تاثیر حذف بعضی از مجوزها در عملکرد سازمان‌ها و افزایش بهره‌وری و سرعت عمل مشخص شود، چرا که فهم این موضوع حتی اگر بدون هیچ عکس‌العمل اجرایی باشد تاثیر به‌سزایی در شناخت ضعف‌های سیستمی و نگرش مثبت در تسریع امور می‌گردد.

توصیه می‌گردد، اولویت و تمرکز مدیران بر روی کوتاه نمودن زمان اخذ مجوزها باشد و برنامه‌ریزی استراتژیک در این خصوص تدوین گردد و دائماً طبق برنامه و جدول زمان‌بندی شده، در راستای توسعه خدمات کوتاه‌تر شود.

همچنین در راستای کوتاه کردن زمان و حتی حذف برخی مجوزها، رسیدگی مؤثر به شکایات شرکت‌ها کوچک و متوسط کارآفرین به خصوص از نوع الکترونیکی، در جهت رفع نیازها باید به طور گسترده‌ای مورد توجه قرار گیرد. در حقیقت شکایات باید به صورت فرصت‌هایی مورد توجه قرار گرفته و به عنوان ابزاری به منظور تأمین خواسته‌های در حال تغییر شرکت‌ها که نیاز به حمایت بیشتری دارند، مورد استفاده قرار گیرد. افزایش اختیارات شرکت‌ها برای حل و فصل مسائل کاری مربوط به خود بدون نیاز به کسب مجوز از سازمان‌های دولتی و عدم نیاز به پاسخ و تأیید نهایی این سازمان‌ها.

این امر سبب تشویق مشورت در سازمان و مشارکت در امور بین سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط می‌گردد و عدم وابستگی بی‌قید و شرط به دستورالعمل‌ها، می‌تواند خلاقیت و نوآوری کسب‌وکارهای کارآفرینانه الکترونیکی را افزایش دهد و خود عاملی در جهت بهبود ارتباطات، اثربخش و عملکرد این شرکت‌ها باشد.

فرضیه ۲: وجود قوانین مدون و مصوب بر عملکرد کسب‌وکارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.
پیشنهاد می‌شود؛

گردهمایی‌ها، سیمینارها و همایش‌هایی جهت کارکنان و مدیران دولتی با کمک افراد فعال و با تجربه در این حوزه برگزار نموده تا با شناسایی قوانین و مقررات دست‌وپاگیر که در کشور وجود دارد، باعث شناسایی قوانین مدون و مصوب گردیده و سبب ارائه راه‌حل‌ها و سناریوها خلاقانه شود. تا موجب ایجاد مزیت رقابتی، جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه به خصوص از نوع الکترونیکی گردد.

برای افزایش کارآفرینی کسب‌وکارهای الکترونیکی پیشنهاد می‌گردد از کارکنان و مدیرانی در حوزه تدوین قوانین استفاده نمایند که تجربه کافی در این خصوص را داشته و رشته و گرایش آنان در این حوزه باشد تا این فرهنگ را در خود و سپس در سایر کامندان شرکت نهادینه نمایند تا با این کار تعهد بیشتری نسبت به کمک کردن و افزایش بهره‌وری شرکت‌ها کارآفرینانه الکترونیکی در جهت تدوین قوانین تسهیل‌کننده و حمایت‌کننده در شرکت‌های کوچک و متوسط به وجود آورند.

همچنین سهولت برقراری ارتباط با بخش‌های دولتی با تدوین روابط رسمی و غیررسمی تسهیل‌کننده در این زمینه و راحتی در دسترسی به اطلاعات موردنیاز برای کار از طریق کاهش رویه‌های رسمی و اداری می‌تواند تمرکز و رسمیت ساختار بوروکراتیک را کاهش دهد تا عاملی مؤثر برای افزایش ارتباطات اثربخش شرکت‌های

کوچک و متوسط کارآفرین باشد. همچنین دریافت بازخور متناوب در مورد فعالیت‌های این شرکت‌ها را تشویق به کار و افزایش عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه خود می‌کند.

فرضیه ۳: تجربه مدیریت بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.

پیشنهاد می‌شود؛

تمرکز سازمان باید بر روی تیم‌سازی و تلاش در جهت تفکر تیمی درخصوص تجربه مدیران باشد تا تفکر انفرادی. این امر می‌تواند از طریق تشویق موفقیت‌های تیمی و سوق دادن مدیران به تیم‌ها و تیم‌سازی رخ دهد. بدین طریق می‌توان اصل هدف مشترک را در میان کارکنان تقویت نمود. و از تجربه مدیران در جهت افزایش عملکرد کارآفرینانه الکترونیکی استفاده نمود.

شرکت‌ها از مدیرانی استفاده نمایند که خلاق و کارآفرین باشند و این مهم تنها با کمک روانشناسان صنعتی در بدو استخدام میسر خواهد بود.

عملگرا بودن مدیران، آموزش سرپرستان برای در اختیار گذاشتن تجارب و انتقال فرصت‌های جدید برای بهبود سازمان در جهت تغییرات مستمر و مداومی که سازمان در نظر دارد و نیز آماده‌سازی کارکنان برای درک و انطباق با تغییر شرایط در محیط با توجه به انتقال تجارب مدیریت، که در نهایت تطبیق قابلیت‌های کسب- و کار شرکت‌های کارآفرین کوچک و متوسط، با محیط بیرونی را در پی خواهد داشت.

فرضیه ۴: حمایت دولت بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.

پیشنهاد می‌شود؛

به مسئولین دولتی پیشنهاد می‌گردد کارگاه‌های آموزشی در رابطه با فرصت‌ها و حمایت‌های برون سازمانی، دایر و امکان شرکت در سمینارها، کنگره‌ها و کنفرانس‌ها و گردهمایی‌های علمی در داخل کشور جهت آشنایی با این فرصت‌ها و حمایت‌ها فراهم شود.

همچنین طراحی و محوریت کارها در شرکت‌های کوچک و متوسط به سمت یک ماموریت واحد باشد. و در این راستا سوگیری مناسب به رضایت آنان و توسعه آنها مبتنی بر سیاست موجود و کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی تدوین و اجرا گردد.

دولت به منظور تقویت قابلیت‌های یادگیری باید در نقش یک رهبر پرنفوذ ظاهر شود. زیرا تقویت قابلیت‌های یادگیری نیاز به تغییر در فرهنگ‌ها و دیدگاه‌های حاکم بر سازمان‌ها و جهت‌دهی آنها به سوی یک هدف مشترک دارد.

متقاعد کردن مسئولان دولتی با برشمردن مزایای تغییرات و تحولات در سازمان و تلاش برای دستیابی به اهداف حاصل از تغییرات و تحولات سازمانی به مدیران و کارکنان با آموزش می‌تواند کاهش مقاومت آنان جهت حمایت، کمک و همکاری سازمان‌ها و مدیران دولتی برای ایجاد تغییرات و تحولات مثبت مدنظر را در پی داشته باشد.

فرضیه ۵: وجود نیروی متخصص بر عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.
پیشنهاد می‌شود؛

به واسطه تفویض اختیار، ایجاد محیط رقابتی، برگزاری دوره‌های آموزشی و نیز فراهم کردن بستر مناسب برای رشد، ارتقای و توسعه فکری کارکنان خود اقدام نمایند. بنابراین، توسعه کارکنان بر توانایی کارکنان در ارائه خدمات مناسب تاثیر گذاشته و کارکنان مهارت و توانایی لازم برای ارائه خدمات مناسب را در خود دیده و می‌توانند همراستا با نیازهای شرکت حرکت نمایند. و در نهایت زمینه‌ساز ارائه خدمات با کیفیت بالا از جانب کارکنان به مشتریان درونی و بیرونی می‌گردد.

پیشنهاد می‌گردد در جهت اهمیت دادن به کارکنان متخصص و انسجام درون سازمانی، توسعه فن‌آوری اطلاعات نسبت به تغییرات تدوین گردد، همچنین کارکنان را در تصمیم‌گیری‌های اساسی مشارکت دهند. بنابراین، این مقوله در سیاست‌های سازمانی تاثیر گذاشته و کارکنان مهارت و توانایی لازم برای ارائه خدمات مناسب را در خود دیده و می‌توانند همراستا با نیازهای شرکت حرکت نمایند.

به مدیران پیشنهاد می‌گردد در جهت استفاده از نیروهای متخصص، فرصت‌های رقابتی در بازار با شرکت‌های موازی امکان مشارکت کارکنان در کمیته‌های علمی و تخصصی و تبادل افکار و اطلاعات را فراهم کنند که این امر تاثیر بهتر، سریع‌تر و مستقیم‌تری در کسب موقعیت رقابتی مطلوب و اثربخشی عملکرد شرکت‌ها در حفظ نیروهای متخصص و عدم خروج آنها دارند و ضروری است در این راستا ارزیابی عملکرد تا رسیدن به نتیجه مطلوب به‌خوبی انجام پذیرد.

درخواست کارهای چالشی و مطالعاتی از کارکنان متخصص، براساس رفتارهای قابل پیش‌بینی کارکنان نسبت به مشتریان و محصولات انجام گیرد تا قابلیت‌های کارکنان متخصص نسبت به سایرین مشخص گردیده و موجب تشویق و تمایز آنان گردد.

تقویت رابطه بین سرپرستان و کارکنان سازمان از طریق بهبود ارتباطات در سازمان، افزایش بازخوردهای مثبت و تشویق کارکنان با پاداش‌های مادی و معنوی برای ایجاد انگیزه و کشف فرصت‌های موجود در بهبود سازمان، صرف توجه به میزان مناسب به احساسات، عقاید و طرزتلقی‌های کارکنان توسط سرپرستان برای موفقیت در تغییر نگرش کارکنان، آموزش سرپرستان و مدیران برای ترغیب و تشویق کارکنان برای عملی کردن آرمان‌های سازمان برای آماده‌سازی آنان برای موفقیت در تغییر نگرش کارکنان به تغییرات گسترده برنامه‌ریزی شده و ...، که سبب می‌گردد کارکنان نسبت به تغییرات سازمانی دارای دیدگاهی شفاف، روشن و مثبت بوده و آنها را عواملی برای کاهش موقعیت شغلی، تخریب شغل یا از دست دادن شغل و به‌طور کلی ترس از آینده شغلی ندانند.

فرضیه ۶: مدل کسب‌وکار بر عملکرد کسب‌وکارهای کارآفرینانه الکترونیکی در شرکت‌های کوچک و متوسط الکترونیکی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران تاثیر دارد.
پیشنهاد می‌شود؛

مدیران باید با ایجاد ساختارها، فرآیندها و سیستم‌های مناسب، و توسعه استراتژی رهبری مطلوب در تمامی بخش‌ها و تعاملی هم‌افزا بین بخش‌های مختلف موجب ایجاد و اجرای مدل کسب‌وکار گردیده تا نهایتاً سبب توسعه عملکرد شرکت گردد.

همچنین بایستی از اهمیت نیاز به مدل کسب‌وکارهای جدید آگاهی داشته باشند و کارکنان در این زمینه آموزش‌های لازم را ببینند، زیرا آنان در ارتباط مستقیم با کارکنان قرار دارند و در درک نیازها و معرفی آن می‌توانند تاثیرگذار باشند. تا بتوانند برای خلق ارزش بهره‌برداری شرکت از آن استفاده کنند.

پیشنهاد می‌گردد با بسط و گسترش استراتژی مزیت رقابتی مدل کسب‌وکار براساس فهم شرکت از نیازهای کارکنان و مشتریان، اقدام به تامین مالی از منابع داخلی و خارجی نمایند و در این راستا با کمک کردن واحدهای شرکت به یکدیگر و ابتکار عمل در تصمیم‌گیری‌های مهم، اثربخشی برنامه‌ها و اجرای مدل را افزایش دهند.

منابع

- Tseng, S. M. (2017). Investigating the moderating effects of organizational culture and leadership style on IT-adoption and knowledge-sharing intention. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(4), 583-604.
- Elsbach, K. D., & Stigliani, I. (2018). Design thinking and organizational culture: A review and framework for future research. *Journal of Management*, 44(6), 2274-2306.
- Lu, B., Fan, W., & Zhou, M. (2016). Social presence, trust, and social commerce purchase intention: An empirical research. *Computers in Human Behavior*, 56, 225-237.
- Dinev, T., Albano, V., Xu, H., D'Atri, A., & Hart, P. (2016). Individuals' attitudes towards electronic health records: A privacy calculus perspective. In *Advances in healthcare informatics and analytics* (pp. 19-50). Springer, Cham.
- Yoon, H. S., & Occeña, L. G. (2015). Influencing factors of trust in consumer-to-consumer electronic commerce with gender and age. *International Journal of Information Management*, 35(3), 352-363.
- Chuang, S.C., Lin, F.M. and Tsai, C.C., 2015. An exploration of the relationship between Internet self-efficacy and sources of Internet self-efficacy among Taiwanese university students. *Computers in Human Behavior*, 48, pp.147-155.
- Oztaysi, B., Gurbuz, T., Albayrak, E., & Kahraman, C. (2016). Target Marketing Strategy Determination for Shopping Malls Using Fuzzy ANP. *Journal of Multiple-Valued Logic & Soft Computing*, 27.
- Komodromos, M., Papaioannou, T., & Adamu, M. A. (2018). Influence of online retailers' social media marketing strategies on students' perceptions towards e-shopping: a qualitative study. *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 10(3), 218-234.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81-95.
- Kim, K. J., & Shin, D. H. (2015). An acceptance model for smart watches: implications for the adoption of future wearable technology. *Internet Research*, 25(4), 527-541.
- Hagger, M. S., Chan, D. K., Protogerou, C., & Chatzisarantis, N. L. (2016). Using meta-analytic path analysis to test theoretical predictions in health behavior: An illustration based on meta-analyses of the theory of planned behavior. *Preventive Medicine*, 89, 154-161.
- Glukhov, V. V., Ilin, I. V., & Levina, A. I. (2015). Project management team structure for internet providing companies. In *Internet of Things, Smart Spaces, and Next Generation Networks and Systems* (pp. 543-553). Springer, Cham.