



دانشگاه ایستادن و بلوچستان

تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

عنوان:

شناسایی عوامل موثر بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی

استاد راهنما:

دکتر نور محمد یعقوبی

استاد مشاور:

دکتر مهدی کاظمی

تحقیق و نگارش:

محمد حسین طالبی

آذر ۱۳۹۰



تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

عنوان:

شناسایی عوامل موثر بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی

استاد راهنما:

دکتر نور محمد یعقوبی

استاد مشاور:

دکتر مهدی کاظمی

تحقیق و نگارش:

محمد حسین طالبی

آذر ۱۳۹۰

بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان شناسایی عوامل موثر بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات توسط محمد حسین طالبی با راهنمایی اساتید پایان نامه جناب آقای دکتر نور محمد یعقوبی و جناب آقای دکتر مهدی کاظمی تهیه شده است . استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

محمد حسین طالبی

این پایان نامه واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ توسط هیئت داوران بررسی و درجه به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

استاد راهنما:

استاد راهنما:

استاد مشاور:

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:



تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب محمد حسین طالبی تعهد می کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد

محمد حسین طالبی

تقدیم به :

آنان که نگاه پر مهرشان مایه وجود من است و تحصیل با بذل سرمایه عمرشان میسر گشته است.

"پدر بزرگووار و مادر عزیزم"

آنان که افتاب مهرشان در آستانه قلبم تا همیشه با برجاست و هرگز غروب نخواهد کرد.

"همسر و فرزند عزیزم"

باشد که این قدر دانی جبران گوشه ای هر چند ناچیز از الطاف و صف ناپذیرشان باشد.

سپاسگزاری

حمد و سپاس بی کران خداوند قادر سبحان را سزااست که این بنده را در تمام این تحقیق توانا و راه را بر من هموار ساخت.

اکنون که این پایان نامه به سرانجام خود نزدیک شده است، بر خود لازم میدانم که از کلیه عزیزانی که اینجانب را در انجام این تحقیق یاری رساندند، تشکر نمایم

از « جناب آقای دکتر نور محمد یعقوبی » اسلئد راهنمای این تحقیق به خاطر راهنمایی های ارزشمند و کمک های بی دریغشان در طول انجام پروژه تشکر و قدر دانی می نمایم . استاد عزیزی که با ژرف اندیشی و امعان نظر، بذل محبت نمودند و به ثمر رسیدن این کار نتیجه توجه، زحمات، هدایت و الطاف ایشان بوده است. از خداوند متعال عزت، بهروزی و سلامتی ایشان را خواستارم. از «جناب آقای دکتر مهدی کاظمی» استاد مشاور این تحقیق که در جهت دهی و تکمیل این کار سهم بسزایی داشتند صمیمانه سپاسگزارم و پیشرفت های روزافزون را از خداوند کریم برایشان مسئلت دارم.

در پایان از تمامی اساتید گروه مدیریت که در مدت تحصیل خود، افتخار شاگردیشان را داشته ام و موفقیت خود را مدیون کرامات این بزرگواران میدانم صمیمانه تشکر و قدردانی می نمایم و امیدوارم با استعانت از راه خداوند رحمان بتوانم گوشه ای از زحماتشان را جبران نمایم.

چکیده

کسب و کار به عنوان یکی از ارکان تمدن بشری، هم‌گلم با پیشرفت و تحولات ایجاد شده در جامعه، تغییر کرده و شکلی نو به خود می‌گیرد. در عصر حاضر با توجه به انفجار اطلاعات و استفاده روز افزون از کامپیوتر و اینترنت، کسب و کار الکترونیک از جای‌گله خاصی برخوردار شده است. با این هدف تحقیق حاضر به دنبال پاسخ گویی به این سوال است که «عوامل موثر بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی کدامند؟» لذا برای این منظور از روش تحلیل مسیر (مدل معادلات ساختاری)، آزمون فرضیه و توصیفی از نوع پیمایشی استفاده شد. در این پژوهش ابتدا عوامل موثر بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مشاوره با اساتید در ۷ دسته عوامل شامل "عوامل فنی و تکنولوژیکی"، "عوامل شناختی و فرهنگی"، "نیروی انسانی"، "ساختار (مالی و سازمانی)"، "مشتری الکترونیکی"، "رقبا"، "دولت، قوانین و بانک‌ها"، شناسایی شدند. سپس استفاده از تحلیل مسیر رابطه میان متغیرها مورد بررسی واقع شد و در انتها نتایج حاصل از جمع‌آوری داده‌ها که از طریق پیمایش بدست آمدند توصیف شد (توصیفی از نوع پیمایشی).

جامعه آماری تحقیق در ۲ گروه فعالان، خبرگان موضوع طبقه‌بندی میشوند، بطوریکه گروه فعالان را مدیران اجرایی و معاونان و مدیر عاملان شرکت‌های کسب و کار الکترونیک یا هر شرکتی که به کسب و کار الکترونیک سروکار دارد، واحد‌های فناوری اطلاعات سازمان‌های دولتی و نیمه‌دولتی و خصوصی اداره‌جات خراسان جنوبی، و مهندسان IT، شبکه، سخت‌افزار، نرم‌افزار و مدیریت سیستم تشکیل می‌دهند و گروه خبرگان را اساتید دانشگاه‌های دولتی، پیام‌نور، آزاد اسلامی و علمی کاربردی تشکیل می‌دهند. نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده متناسب با حجم جامعه صورت گرفت. پس از تجزیه و تحلیل‌های آماری بوسیله نرم‌افزار لیزرل که شامل مدل معادلات ساختاری تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و دوم و تحلیل مسیر بود، نتایج نشان داد که این ۷ دسته از عوامل بر ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی موثر می‌باشند.

کلمات کلیدی: کسب و کار الکترونیک، ایجاد کسب و کار الکترونیک، توسعه کسب و کار الکترونیک، عوامل

موثر کسب و کار الکترونیک، تجارت الکترونیک، ایجاد و توسعه موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	مقدمه
۳	۱-۱ - اهمیت موضوع
۶	۱-۲ - بیان مسئله
۷	۱-۳ - اهداف تحقیق
۷	۱-۳-۱. اهداف کلی
۷	۱-۳-۲. اهداف جزئی
۸	۱-۴ - چهارچوب نظری تحقیق
۹	۱-۵ - فرضیات تحقیق
۱۰	۱-۶ - قلمرو تحقیق
۱۰	۱-۶-۱. قلمرو تحقیق از بعد موضوعی
۱۰	۱-۶-۲. قلمرو تحقیق از بعد مکانی
۱۰	۱-۶-۳. قلمرو تحقیق از بعد زمانی
۱۰	۱-۷ - نمونه و جامعه
۱۱	۱-۸ - واژگان تحقیق
۱۳	۱-۹ - خلاصه ای از سایر فصول
۱۳	۱-۱۰ - منابع فصل اول
۱۶	فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق
۱۷	مقدمه
۱۷	۲-۱-۱ - کسب و کار الکترونیک
۱۷	۲-۱-۱-۱ - تعاریف کسب و کار الکترونیک
۱۸	۲-۱-۱-۲ - کسب و کار الکترونیک و ارتباط آن با تجارت الکترونیک
۱۹	۲-۱-۱-۳ - انواع تراکنش های کسب و کار الکترونیک
۲۱	۲-۱-۱-۴ - مدل های کسب و کار الکترونیک
۲۲	۲-۱-۱-۵ - شیوه های کسب و کار الکترونیک
۲۲	۲-۱-۱-۶ - منافع و محدودیت های کسب و کار الکترونیک
۲۵	۲-۲ - بررسی تحقیقات انجام شده
۲۵	۲-۲-۱ - تحقیق ویتسا (WITSA)
۲۸	۲-۲-۲ - تحقیق جاوالگی و رامسی

۳۲	۳-۲-۲- تحقیق کوزئی، فیشر و اسکولاری
۳۵	۴-۲-۲- بخیق راثو، متر و مونگ
۴۱	۵-۲-۲- بخیق الجفری، پونز و کولینز
۴۴	۶-۲-۲- تحقیق فیلینس، یوهانسون و واگنر
۴۷	۷-۲-۲- تحقیق هووگ
۵۱	۸-۲-۲- تحقیق تیلور و مورفی
۵۴	۹-۲-۲- تحقیق الشستوم، مگنوسن و اسکوبولا
۵۷	۱۰-۲-۲- تحقیق کاینرک، تانگلو و کولا
۶۰	۱۱-۲-۲- بخیق م ک گریگور و ورازالیک
۶۳	۱۲-۲-۲- تحقیق چورگ
۶۴	۱۳-۲-۲- سایر تحقیقات
۶۶	۳-۲- کسب و کار الکترونیک در ایران
۶۸	۱-۳-۲- فعالیت‌های انجام شده توسط وزارت بازرگانی
۶۸	۲-۳-۲- بعضی پروژه‌های انجام شده در استقرار تجارت الکترونیک
۷۱	۴-۲- منابع فصل دوم

۷۳ فصل سوم: روش شناسی تحقیق

۷۴	۱-۳- طرح تحقیق
۷۴	۲-۳- متغیرهای تحقیق
۷۵	۳-۳- روش‌های جمع‌آوری اطلاعات
۸۷	۴-۳- اعتبار(روایی) محتوای ابزار اندازه‌گیری
۸۷	۱-۴-۳- اعتبار محتوایی ابزار اندازه‌گیری
۸۸	۲-۴-۳- اعتبار عاملی ابزار اندازه‌گیری
۸۸	۵-۳- پایایی ابزار اندازه
۸۹	۶-۳- جامعه آماری و نمونه آماری
۸۹	۱-۶-۳- جامعه آماری
۹۰	۲-۶-۳- نمونه آماری
۹۱	۳-۶-۳- تعیین حجم نمونه
۹۲	۷-۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۹۲	۱-۷-۳- آزمون‌های برازندگی مدل کلی
۹۳	۱-۷-۳-۱- مجذور کای (χ^2)
۹۳	۲-۷-۳-۱- معیار GFI
۹۴	۳-۷-۳-۱- معیار RMSEA
۹۴	۴-۷-۳-۱- معیارهای NFI و NNFI و CFI و IFI

۹۴	۲-۷-۳- مدل معادلات ساختاری
۹۵	۳-۷-۳- ضرورت مدل معادلات ساختاری در پژوهش حاضر
۹۶	۴-۷-۳- تحلیل عاملی تاییدی
۹۸	۸-۳- تحقیق از لحاظ افق زمانی و مراحل انجام کار
۹۹	۹-۳- منابع فصل سوم

۱۰۳ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۱۰۴	مقدمه
۱۰۴	۱-۴- آمار توصیفی
۱۰۴	۱-۱-۴- جنسیت
۱۰۵	۲-۱-۴- سطح تحصیلات
۱۰۶	۲-۴- آمار استنباطی
۱۰۶	۳-۴- بررسی مدل
۱۰۷	۱-۳-۴- آزمون های برازندگی مدل کلی
۱۰۸	۴-۴- مدل معادلات ساختاری و آزمون فرضیات
۱۰۸	۱-۴-۴- تحلیل عاملی تاییدی مدل های اندازه گیری
	۱-۱-۴-۴- تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول مدل شناسایی عوامل موثر بر استقرار و توسعه
۱۰۹	موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی
۱۱۴	۲-۱-۴-۴- نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول کسب و کار الکترونیک
۱۱۶	۳-۱-۴-۴- تفسیر نتایج مربوط به هر یک از متغیر های مکنون
	۴-۱-۴-۴- تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم مدل شناسایی عوامل موثر بر استقرار و توسعه
۱۱۸	موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی
۱۲۲	۵-۱-۴-۴- نتایج تحلیل عاملی مرتبه دو کسب و کار الکترونیک
	۶-۱-۴-۴- تفسیر نتایج مربوط به تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم کسب و کار الکترونیک
۱۲۲	در خراسان جنوبی
	۲-۴-۴- آزمون فرضیه های تحقیق با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم
۱۲۳	افزار لیزرل
۱۲۵	۵-۴- منابع فصل چهارم

۱۲۶ فصل پنجم: بحث، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

۱۲۷	۱-۵- نتایج تحقیق
۱۲۷	۱-۱-۵- نتایج حاصل از تحلیل عاملی تائیدی در رابطه با مولفه های فرضیات
۱۲۷	۲-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه اول تحقیق
۱۲۸	۳-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه دوم تحقیق

۱۳۰	۴-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه سوم تحقیق
۱۳۱	۵-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه چهارم تحقیق
۱۳۲	۶-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه پنجم تحقیق
۱۳۴	۷-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه ششم تحقیق
۱۳۵	۸-۱-۵- نتایج مبتنی بر فرضیه هفتم تحقیق
۱۳۶	۹-۱-۵- رتبه بندی نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی در رابطه با فرضیات
۱۳۷	۲-۵- پیشنهادات
۱۳۷	۱-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه اول تحقیق
۱۳۸	۲-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه دوم تحقیق
۱۳۸	۳-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه سوم تحقیق
۱۳۹	۴-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه چهارم تحقیق
۱۳۹	۵-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه پنجم تحقیق
۱۴۰	۶-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه ششم تحقیق
۱۴۰	۷-۲-۵- پیشنهادات مبتنی بر فرضیه هفتم تحقیق
۱۴۱	۳-۵- رهنمود هایی برای پژوهش های آتی
۱۴۱	۴-۵- منابع فصل پنجم

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان جدول
۹	جدول ۱-۱: متغیرهای تحقیق
۲۱	جدول ۱-۲: مدل های مختلف کسب و کار الکترونیک از دیدگاه اندیشمندان
۳۱	جدول ۲-۲: سؤالات مربوط به عوامل تاثیرگذار بر رشد تجارت الکترونیکی
۳۲	جدول ۳-۲: منافع تجارت الکترونیکی و رتبه بندی آنها
۳۳	جدول ۴-۲: چالش ها و موانع تجارت الکترونیکی و رتبه بندی آنها
۳۴	جدول ۵-۲: عوامل بحرانی موفقیت در تجارت الکترونیک و رتبه بندی آنها
۳۷	جدول ۶-۲: موانع و تسهیل سازها در مرحله حضور
۳۸	جدول ۷-۲: موانع و تسهیل سازها در مرحله پورتال
۳۹	جدول ۸-۲: موانع و تسهیل سازها در مرحله یکپارچه سازی تبادلات
۴۱	جدول ۹-۲: موانع و تسهیل سازها در مرحله یکپارچه سازی سازمان
۴۸	جدول ۱۰-۲: موانع اجرای تجارت الکترونیکی به همواه اولویت اهمیت آن
۵۰	جدول ۱۱-۲: عوامل بحرانی موفقیت در تجارت الکترونیکی
۵۳	جدول ۱۲-۲: مزایای روی آوری سازمان ها به بازارهای الکترونیکی
۵۵	جدول ۱۳-۲: موانع درون سازمانی پیاده سازی تجارت الکترونیکی در شرکت های کوچک و متوسط
۵۷	جدول ۱۴-۲: موانع خارجی پیاده سازی تجارت الکترونیکی در شرکت های کوچک و متوسط
۵۸	جدول ۱۵-۲: برنامه های کاربردی تجارت الکترونیکی، رتبه بندی اسفنده از آنها
۵۸	جدول ۱۶-۲: منافع تجارت الکترونیکی و رتبه بندی آنها
۵۹	جدول ۱۷-۲: محدودیت های تجارت الکترونیکی و رتبه بندی آنها
۶۱	جدول ۱۸-۲: نمونه سؤالات درباره موانع پیاده سازی تجارت الکترونیکی

- جدول ۳-۱: متغیرها و مولفه های پرسشنامه به همراه منابع آنها ۷۵
- جدول ۳-۲: آزمون آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS برای تک تک مولفه ها ۸۸
- جدول ۳-۳: آزمون آلفای کرونباخ برای کل مولفه ها (خروجی نرم افزار SPSS) ۸۹
- جدول ۳-۴: سیر زمانی انجام پایان نامه ۹۸
- جدول ۴-۱: شاخص های برازش مدل ۱۰۷
- جدول ۴-۲: نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول کسب و کار الکترونیک با توجه به خروجی های لیزرل ۱۱۴
- جدول ۴-۳: نتایج تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم کسب و کار الکترونیک با توجه به خروجی های لیزرل ۱۲۲
- جدول ۴-۴: ارزیابی برازش کلی مدل معادلات ساختاری مرتبه دوم ۱۲۳
- جدول ۴-۵: ضرایب استاندارد و اعداد معناداری مدل ۱۲۴
- جدول ۵-۱: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل فنی و تکنولوژیک ۱۲۷
- جدول ۵-۲: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل شناختی و فرهنگی ۱۲۸
- جدول ۵-۳: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل نیروی انسانی ۱۳۰
- جدول ۵-۴: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل ساختار (مالی و سازمانی) ۱۳۱
- جدول ۵-۵: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل مشتری الکترونیکی ۱۳۲
- جدول ۵-۶: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل رقبا ۱۳۴
- جدول ۵-۷: اعداد معنا داری و بار عاملی مربوط به مولفه های مرتبط با عامل دولت، قوانین و بانک ها ۱۳۵
- جدول ۵-۸: ضرایب استاندارد و اعداد معناداری مدل ۱۳۶
- جدول ۵-۹: راه کار های اجرایی فنی و تکنولوژیک جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۳۷
- جدول ۵-۱۰: راه کار های اجرایی شناختی و فرهنگی جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۳۸
- جدول ۵-۱۱: راه کار های اجرایی مرتبط با نیروی انسانی جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۳۸
- جدول ۵-۱۲: راه کار های اجرایی مرتبط با ساختار (مالی و سازمانی) جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۳۹
- جدول ۵-۱۳: راه کار های اجرایی مرتبط با مشتری الکترونیکی جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۳۹
- جدول ۵-۱۴: راه کار های اجرایی مرتبط با رقبا و رقابت جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۴۰
- جدول ۵-۱۵: راه کار های اجرایی مرتبط با دولت، قوانین و بانک ها جهت استقرار موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک در خراسان جنوبی ۱۴۰

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان شکل
۸	شکل ۱-۱: چهارچوب نظری تحقیق
۲۹	شکل ۱-۲: عوامل تاثیرگذار بر رشد تجارت الکترونیکی
۳۶	شکل ۲-۲: مدل مرحله ای توسعه تجارت الکترونیکی
۴۶	شکل ۳-۲: مدل فرآیند توسعه کسب و کار الکترونیکی با اثرات پذیرش و عدم پذیرش آن
۵۱	شکل ۴-۲: موانع روی آوری سازمان ها
۶۲	شکل ۹-۲: مدل پایه ای موانع اتخاذ تجارت الکترونیکی
۶۴	شکل ۱۰-۲: مدل مفهومی عوامل تاثیرگذار بر پیاده سازی موفق تجارت الکترونیکی

فهرست نمودار ها

صفحه	عنوان نمودار
۱۰۵	نمودار ۴-۱: نمودار فراوانی مربوط به جنسیت پلسخ دهندگان
۱۰۵	نمودار ۴-۲: نمودار فراوانی مربوط به سطح تحصیلات پاسخ دهندگان
۱۱۹	نمودار ۴-۳: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول کسب و کار الکترونیک در حالت تخمین استاندارد
۱۲۱	نمودار ۴-۴: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول کسب و کار الکترونیک در حالت معناداری پارامترها
۱۲۷	نمودار ۴-۵: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم کسب و کار الکترونیک در حالت تخمین استاندارد
۱۲۹	نمودار ۴-۶: تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم کسب و کار الکترونیک در حالت معناداری پارامترها

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و آینده نگرها بر این عقیده اند که در سالهای اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است که جهان را وارد " عصر اطلاعات " ساخته است و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است. یکی از ابعاد این تحول، تغییرات عمیقی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکتها و دولتها به وجود آمده است. مبادلات تجاری بین افراد با یکدیگر، شرکتها با یکدیگر و افراد با شرکتها و دولتها به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر مبادله بر منبای اسناد و مدارک کاغذی است خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است (معمدنداد، ۱۳۸۴).

کسب و کار الکترونیک به عنوان یکی از ارکان تمدن بشری، همگام با پیشرفت و تحولات ایجاد شده در جامعه، تغییر کرده و شکلی نو به خود می گیرد. در عصر حاضر با توجه به انفجار اطلاعات و استفاده روز افزون از کامپیوتر و اینترنت، کسب و کار الکترونیک از جایگاه خاصی برخوردار شده است. کسب و کار الکترونیکی، به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصتهای زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می شود عقب افتادن از این سیر تحول نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت.

"کسب و کار الکترونیک یکی از مشهودترین روش هایی است که در آن فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به رشد اقتصادی کمک میکند. کسب و کار الکترونیک به کشورها در زمینه بهبود اثر بخشی مبادلات کمک نموده و پیوستن کشور های در حال توسعه را به اقتصاد جهانی امکان پذیر میکند. کسب و کار الکترونیک اقتصاد را رقابتی تر مینماید و در کنار ایجاد ثروت موجب ایجاد اشتغال میگردد" (کوفی النان دبیر کل سازمان ملل، ۲۰۰۲)

(UNCTAD, 2002). این جمله به اهمیت برتر توسعه کسب و کار الکترونیک به عنوان محرک عمده ی توسعه ی اقتصادی اجتماعی در کشور های در حال توسعه اشاره دارد. کسب و کار الکترونیک میتواند با ترویج تجارت داخلی و خارجی، ثروت را ایجاد و جذب نماید که این ثروت میتواند در توسعه ی ساختاری زیرساخت ها مانند بیمارستان

ها و مدارس به کار رود. بنابر این تمرکز بر روی کاربرد تجاری اینترنت در کشور های در حال توسعه دیدگاهی ارزشمند است چرا که اینگونه کاربرد ها به صورت بالقوه اثرات سودمند عمده ای بر روی سایر کاربردهای اینترنت مانند درمان از راه دور، آموزش الکترونیک، و دولت الکترونیک دارد.

۱-۱- اهمیت موضوع

کسب و کار الکترونیک از پدیده های بسیار مهم منبعث از فناوری اطلاعات و ارتباطات است که تحولی بس شگرف در حجم و شیوه تجارت و کسب و کار ایجاد کرده است (Ives, 2000). با توجه به روند جهانی شدن بازار مشاهده می گردد که ارزش تجارت الکترونیک از ۵۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۸ میلادی به ۱۲۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۹ و از ۱۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۰ به ۳۵۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ رسیده که رشدی معادل ۷۰ درصد را نشان می دهد. همچنین با توجه به پیش‌بینیهای صورت گرفته توسط ((موسسه تحقیقات بین المللی فورستر))^۱، حجم تجارت الکترونیک جهان از ۳ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۲ به ۱۰ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۵ و سپس به بیش از ۱۲/۸ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۶ افزایش یافته است. بنابراین کشورهایی که نتوانند از این فرصت طلایی و استثنایی برای دسترسی الکترونیک و سریع به بازارهای جهانی برای فروش محصولات فکری و کالاهای تولیدی خود استفاده نمایند، محکوم به شکست، عدم امکان حضور در عرصه های تجاری و رقابتی جهان تجارت و بالاخره حذف شدن خواهند بود.

امروزه کسب و کار الکترونیک یک انقلاب در حال تحول در امر کسب و کار مردم می باشد و منافع زیادی را از سرمایه گذاری و تحقیقات در حوزه تجارت الکترونیک عاید اقشار مختلف جامعه و به ویژه بخش خصوصی کرده است. سنگاپور یکی از اولین کشورهای جهان است که با هدف توسعه کاربرد فناوری اطلاعات، ارائه خدمات عمومی به شهروندان از طریق اینترنت، راه اندازی پروژه های بزرگ و نگاه به کشور به عنوان یک بنگاه بزرگ اقتصادی، به برنامه ریزی بر روی فناوری اطلاعات پرداخت. این کشور که عضو مهم ((انجمن تجارت آزاد)) است، از لحاظ حجم تجارت دوازدهمین و از نظر وسعت جزء آخرین کشورهای دنیاست (Wescott, 2001). اقتصاد این کشور بر مبنای تجارت آزاد بوده و کل تجارت خارجی سنگاپور در سال ۲۰۰۰ میلادی معادل ۲۷۲/۶ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۱

^۱ - Forster International Research Institute (FIRI)

میلادی ۲۳۷/۸ میلیارد دلار بوده است. شبکه تجارت این کشور خدمات دولتی تجارتي از جمله صدور مجوز صادرات، واردات، گواهی مبدا و سایر خدمات مورد نیاز را در زمانی کمتر از دو ساعت، بدون آن که نیاز باشد از پشت میز کار حرکت کند، از طریق اینترنت و به صورت الکترونیک ارائه می کند (McNulty, 2000).

ساختار کسب و کار الکترونیک غالباً مرتبط با خرید و فروش اطلاعات، محصولات و خدمات از طریق اینترنت است که در تلاش است کانال سنتی مبادلات را با کانال جدید آنلاین به سمت مشتریان تغییر دهد (Griffith & Palmer, 2002). مادامیکه بسیاری از سازمان ها در امتداد کلیه صنایع، انواع متعددی از راه کارهای کسب و کار الکترونیک را دارا هستند، موارد قابل توجهی وجود دارد که نشان میدهد ایجاد یک شرکت دات کام موفق کاری چالش برانگیز است. برخورد کانالها، سیستم های قدیمی، شرکای تجاری مقاوم، ابهام در استراتژی و فرهنگ شرکت مانع از تبدیل کار شرکت به کسب و کار الکترونیک است (Kanter, 2001). بویژه شرکت های تاسیس شده که اکنون به اقتصاد سنتی گرایش دارند، با چالش هایی در زمینه پذیرش کسب و کار الکترونیک مواجه هستند (Dubelaar, Sohal, & Savic, 2005).

پذیرش فناوری های اطلاعات و ارتباطات منجر به کاهش چشمگیر هزینه ها و ایجاد درآمد های چشمگیر در بازار های الکترونیک میشود (Lee & Clark, 1997; Malone, Yates, & Benjamin, 1987). اینترنت به صورت قابل توجهی پیشرو پیشرفت های اخیر بوده است. اینترنت نه تنها در زمینه های کاربردی مانند کسب و کار، آموزش و دولت نفوذ نموده است بلکه موجب از میان برداشتن مرزها نیز شده است.

استقرار کسب و کار الکترونیک پدیده ای جدید است و تحقیقات متعددی به بررسی اثر آن بر روی کسب و کار پرداخته اند. در ادبیات اینگونه بیان شده که پذیرش فناوری های اطلاعات و ارتباطات به صورت کلی و کسب و کار الکترونیک به صورت خاص منجر به کاهش هزینه های همکاری و افزایش رشد بازار های موثر الکترونیک گشته است (Damaskopoulos & Evgeniou, 2003).

مقالات نوشته شده در کشور های در حال توسعه در زمینه کسب و کار الکترونیک غالباً فاقد زمینه تجربی هستند و صرفاً مفهومی میباشند. این مقالات اظهار مینمایند که دسترسی به اینترنت منجر به بهبود کسب و کار الکترونیک در کشور های در حال توسعه به علت دسترسی بیشتر به بازار های جهانی، همکاری راحت تر با زنجیره تامین، کاهش هزینه ها و حذف واسطه ها میشود (UNCTAD, 2004; Singh & Tanburn, 2001). منتقدان

اشاره میکنند که این تحقیقات واقعیت های موجود در کشور های در حال توسعه مانند هنجار ها، منابع، زیرساخت ها و فرهنگ را در نظر نمیگیرد (Hempel & Kwong, 2001; Odedra-Straub, 2003) کسب و کار الکترونیک در کشور های توسعه یافته مستقر شده است اما در کشور های در حال توسعه هنوز مراحل اولیه را سپری میکند (Dholakia & M., 2005).

کسب و کار در کشور های توسعه یافته مستقر گشته است این در حالی است که در اکثر کشور های در حال توسعه هنوز در مراحل اولیه به سر میبرد. این امر به دلیل فقدان زیر ساخت های ارتباطی (Sheth & Sharma, 2005)، درآمد متوسط پایین، فقدان نفوذ کارت اعتباری (Hawk, 2004)، و موانع فرهنگی می باشد (Hawk, 2004; Paul, 2002)، که منجر به محدود نمودن پذیرش کسب و کار الکترونیک گشته است.

پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات در سایه تحول علم کامپیوتر سبب تغییرات شگرفی در دنیای کسب و کار شده است. اگرچه بحران شرکت های فعال در تجارت الکترونیک و اصطلاحا شرکت های دات کام در سال های اخیر موجب تردید در مورد مزایا و کارایی تجارت الکترونیک شده است اما باید توجه داشت که ادامه حیات تجاری در دنیای الکترونیکی نیاز به قابلیت های الکترونیکی دارد. برای موفقیت در دنیای الکترونیکی و کسب و کار الکترونیک اولین و مهمترین گام برنامه ریزی جهت شناسایی عوامل موثر بر پذیرش و استقرار کسب و کار الکترونیک میباشد. سازمان ها برای طراحی و اجرای مناسب استراتژی های بکارگیری کسب و کار الکترونیک نیازمند آگاهی از عوامل موثر بر پذیرش و استقرار کسب و کار الکترونیک دارند. این عوامل هم حالت داخلی و هم حالت خارجی دارند. برای بکارگیری موفقیت آمیز کسب و کار الکترونیک سازمان ها باید مجموعه ای از منابع و قابلیت های داخلی را دارا باشند، همچنین باید زیرساخت های لازم محیطی و خارجی که مربوط به مسابلی از قبیل زیرساخت حقوقی و قانونی، آمادگی و قابلیت لازم شرکا و فضای رقابتی مناسب وجود داشته باشند(الهی، خدادادحسینی، عزیزی، ۱۳۸۴).