

دانش نوین در کارآفرینی



مهندس امین دیهیم جو

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانش نوین در کارآفرینی

تالیف:

مهندس امین دیهیم جو

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی / استراتژیک



انتشارات موجک



سرشناسه: دیهیم جو، امین، ۱۳۶۹-

عنوان و نام پدیدآور: دانش نوین در کارآفرینی / تالیف امین دیهیم جو.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۹۷ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۲۸۹-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۹۱ - ۹۷.

موضوع: کسب و کار -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Business -- Iran -- Case studies

موضوع: تکنولوژی اطلاعات -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Information technology -- Iran -- Case studies

موضوع: کارآفرینی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Entrepreneurship -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: HF ۵۳۸۲/۵

رده بندی دیویی: ۳۳۱/۷۰۲۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۸۴۷۵۴

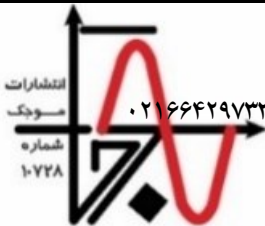
انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: دانش نوین در کارآفرینی

تالیف: مهندس امین دیهیم جو

مشخصات ظاهری: ۹۷ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۴۲۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۲۸۹-۳

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق

چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب

بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش‌گفتار..... ۱

فصل اول: کلیات ۵

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۵

۲-۱ اهمیت موضوع ۸

۳-۱ اهداف ۹

۴-۱ تعریف دانش صاحب فناوری اطلاعات ۱۰

۵-۱ تعریف همترازی استراتژیک ۱۰

۶-۱ تعریف استفاده از فناوری اطلاعات در کسب و کار و کارآفرینی ۱۰

فصل دوم: دانش صاحب فناوری اطلاعات ۱۱

۱-۲ تعریف سیستم‌های اطلاعاتی ۱۱

۲-۲ سیر تکاملی دانش فناوری اطلاعات ۱۲

۳-۲ چالش‌های کلیدی مدیریتی ۱۵

۴-۲ چالش‌های فناوری اطلاعات برای صاحب سازمان ۱۵

فصل سوم: مدل‌های دانش صاحب فناوری اطلاعات ۱۹

۱-۳ تئوری عمل منطقی ۱۹

- ۲-۳ مدل پذیرش فناوری دیویس ۲۰
- ۳-۳ مدل تکامل یافته پذیرش فناوری ۲۱
- ۴-۳ تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده ۲۱
- ۵-۳ تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده تجزیه شده ۲۱
- ۶-۳ تئوری یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری ۲۲
- ۷-۳ استفاده‌های فناوری اطلاعات در سازمان ۲۲
- ۱-۷-۳ کاربردهای عملیاتی ۲۳
- ۲-۷-۳ کاربرد اطلاعاتی ۲۴
- ۸-۳ تأثیر سازمانی استفاده فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی ۲۶
- ۱-۸-۳ اثرات اقتصادی ۲۶
- ۲-۸-۳ اثرات سازمانی و رفتاری ۲۸
- ۳-۸-۳ افزایش انعطاف پذیری سازمان‌ها ۲۸

فصل چهارم: همترازی استراتژیک و کسب و کار ۳۱

- ۱-۴ استراتژی کسب و کار ۳۱
- ۲-۴ استراتژی در سطوح مختلف کسب و کار ۳۲
- ۳-۴ مدیریت استراتژیک ۳۲
- ۴-۴ ابزارهای تحلیل استراتژیک ۳۳
- ۵-۴ تصمیم استراتژیک ۳۴
- ۶-۴ نقش استراتژی در رسیدن سازمان به اهداف ۳۴
- ۷-۴ تعیین اهداف ۳۴
- ۸-۴ تعیین جایگاه و موقعیت سازمان ۳۵
- ۹-۴ هدایت عملکرد سازمان در گذر زمان ۳۵
- ۱۰-۴ سیستم‌های سطح استراتژیک ۳۶
- ۱۱-۴ همترازی استراتژیک ۳۷

فصل پنجم: تحقیقات استراتژی کسب و کار ۳۹

۱-۵ پیشینه خارجی ۳۹

۲-۵ پیشینه داخلی ۴۵

۳-۵ چارچوب نظری و مدل مفهومی ۵۰

فصل ششم: مطالعه موردی ۵۷

۱-۶ جامعه آماری و نمونه ۵۷

۲-۶ معرفی جامعه مورد مطالعه ۵۸

۳-۶ روش‌های گردآوری داده‌ها ۵۹

۴-۶ ابزار گردآوری داده‌ها ۵۹

۵-۶ تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه ۶۰

۶-۶ تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه ۶۴

فصل هفتم: یافته‌ها ۶۷

۱-۷ ویژگی‌های دموگرافیک جامعه ۶۷

۲-۷ تحلیل توصیفی متغیرها ۶۸

۳-۷ آزمون نرمال بودن داده‌ها ۶۹

۴-۷ تکنیک حداقل مربعات جزئی ۷۰

۵-۷ مدل بیرونی (مدل اندازه‌گیری) ۷۲

۶-۷ آزمون فرضیه‌ها ۷۲

۷-۷ فرضیه‌های فرعی ۷۵

۸-۷ فرضیه اصلی ۷۸

فصل هشتم: جمع‌بندی ۸۳

۸-۱ نتیجه گیری ۸۳

۸-۲ پیشنهادها ۹۰

منابع ۹۱

منابع فارسی ۹۱

منابع انگلیسی ۹۳

پیش‌گفتار

سازمان‌ها در معنای وسیع کلمه از شالوده‌های اجتماعی کنونی‌اند و مدیریت، مهم‌ترین عامل در حیات، رشد و بالندگی یا مرگ سازمان‌ها است. مدیر، روند حرکت از وضع موجود به سوی وضعیت مطلوب را هدایت می‌کند و در هر لحظه، برای ایجاد آینده‌ای بهتر در تکاپو است.

عصر حاضر که دوره پیشرفت سرسام‌آوری فناوری، بالاخص اطلاعاتی و ارتباطی است کمتر حرفه‌ای را می‌بینیم که فناوری رنگ تازه‌ای به آن نداده و یا تغییر و تحول در آن ایجاد نکرده باشد. عرصه‌های کاربرد فناوری اطلاعات در جهان معاصر، با سرعت فزاینده‌ای در حال گسترش است و همه ابعاد زندگی را در شکل‌های متفاوت آن دچار دگرگونی کرده است (کایوب^۱، ۲۰۰۴).

فناوری اطلاعات^۲ از جمله ابداعات در حال رشد در حوزه خدمات اطلاعاتی، امکانات ارتباطی، و منابع الکترونیکی است. فناوری اطلاعات شامل وسایل و ابزارهای است که برای تبادل اطلاعات در سازمان از آن استفاده می‌شود. اما باید در نظر داشت که فناوری اطلاعات قبل از اینکه یک سیستم سخت‌افزاری و مجموعه‌ای از الگوها باشد، یک نظام فکری و فرهنگی است و می‌توان آنرا فرهنگ تولید اطلاعات نامید. بدون ایجاد فرهنگ اطلاعات، نظام فناوری نمی‌تواند دوام داشته باشد. فناوری اطلاعات از اتصال و ترکیب مجموعه‌ای از فکرهای مفید تولید شده و شکل می‌گیرد و رایانه و ابررایانه‌ها و سیم و کابل و ابزارهایی از این قبیل نیست. در فناوری اطلاعات، فکر انسان‌های خردمند است که تولید اطلاعات می‌کند. در هر صورت سازمان‌ها بایستی روندهای محیطی را پیش‌بینی و کنترل نمایند و اطلاعات لازم را از وضعیت‌های گوناگون جهت اتخاذ استراتژی‌های لازم بدست آورند. اما اینکه سازمان‌ها چگونه خود را با این تغییر و تحولات سازگار می‌کنند مسئله‌ای است که سیستم‌های اطلاعاتی را مطرح می‌سازد. فناوری اطلاعات، مجموعه ابزارهای اطلاعاتی، اعم از وسایل ارتباط از راه دور، ابزارهای دیداری و شنیداری و ماشین‌های مربوط، توأم با دانش، مهارت

¹ Kyobe

² Information Technology

و شیوه استفاده از آنها در تولید، پردازش اطلاعات به منظور انتقال اطلاعات به جامعه استفاده کننده. به طور کلی فناوری اطلاعات برای تولید و فراهم آوری، پردازش، ذخیره سازی، و اشاعه مواد و اطلاعات، به شکل های گوناگون مورد استفاده قرار می گیرد. این فناوری ها در تأمین اهداف آموزشی، پژوهشی، مدیریتی، بهداشتی - درمانی، و مانند آن در سازمان ها نقش مهمی ایفا می کنند. فناوری اطلاعات با کوچک کردن، ارزان کردن و کاربری ساده برنامه های کامپیوتری باعث شده دسترسی به اطلاعات از هر جا و توسط هر شخص به راحتی صورت گیرد (برد^۱ و همکاران، ۲۰۰۶). متغیرهای پژوهش بر سه دسته اند؛ دانش شامل حقایق و باورها، مفاهیم و اندیشه ها، قضاوت ها و انتظارات، متدولوژی (روش شناسی) یا علم اصول و نحوه انجام فنون است. دریافت احتمال پذیرش سیستم های اطلاعاتی به میزان قابل توجهی با دانش و نوآوری مدیر عامل سازمان مرتبط است (چائو و چاندرآ، ۲۰۱۲). همترازی استراتژیک در ادبیات استراتژی به طور معمول به هماهنگی و تناسب بین استراتژی سازمان و محیط خارجی اشاره دارد. در ادبیات سیستم های اطلاعاتی، همترازی استراتژیک تناسب میان استراتژی کسب و کار و استراتژی فناوری اطلاعات است (چان و همکاران، ۲، ۱۹۹۷؛ حسین و همکاران، ۴، ۲۰۰۲؛ چائو چاندرآ، ۲۰۱۲). کسب و کار کاری که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می شود. کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصت ها و دنبال کردن آن ها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است دهد استفاده از فناوری اطلاعات نیز به معنای کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات سنتی و اینترنتی در کسب و کار و کارآفرینی است (چائو چاندرآ، ۲۰۱۲).

هدف از تالیف کتاب حاضر، مطالعه تأثیر دانش صاحب فناوری اطلاعات بر استفاده، همترازی استراتژیک و کسب و کار در کارآفرینی جوانان استان قم بود. جامعه آماری شامل جوانان استان قم که در بازه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال است که طبق سرشماری رسمی اعلام شده سال ۱۳۹۵ تعداد آن ها ۱۵۸،۵۶۵ نفر می باشد. با توجه به فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه از طریق روش

¹ Byrd

² Chao & Chandra

³ Chan et al

⁴ Hussin et al

نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز مدل، از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. در بررسی کیفی روایی محتوا از ۵ نفر از متخصصین و استاد راهنما درخواست شد پس از مطالعه دقیق ابزار، دیدگاه‌های اصلاحی خود را به صورت کتبی ارائه نمایند. همچنین تاکید شد که در ارزیابی کیفی روایی محتوا، موارد رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب، اهمیت سوالات، قرارگیری سوالات در جای مناسب خود، زمان تکمیل ابزار طراحی شده را مدنظر قرار دهند. پس از جمع‌آوری نظرات متخصصین، تغییرات لازم در ابزار مورد توجه قرار گرفت. هم‌چنین روایی سازه نیز از روایی همگرا محاسبه شد. نتایج نشان داد دانش صاحب فناوری اطلاعات سنتی بر همترازی استراتژیک تأثیر دارد. دانش صاحب فناوری‌های اینترنت بر همترازی استراتژیک تأثیر دارد. دانش صاحب فناوری اطلاعات سنتی بر استفاده فناوری اطلاعات سنتی تأثیر دارد. دانش صاحب فناوری‌های اینترنت بر استفاده فناوری‌های اینترنت تأثیر دارد. دانش صاحب فناوری اطلاعات بر همترازی استراتژیک کسب و کار تأثیر دارد. درنهایت دانش صاحب فناوری اطلاعات بر استفاده از فناوری اطلاعات در کسب و کار تأثیر دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: دانش صاحب فناوری اطلاعات

فصل سوم: مدل‌های دانش صاحب فناوری اطلاعات

فصل چهارم: همترازی استراتژیک و کسب و کار

فصل پنجم: تحقیقات استراتژی کسب و کار

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: یافته‌ها

فصل هشتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

مهندس امین دیهیم جو

بهار ۱۴۰۰

New Knowledge in Entrepreneurship

Engineer Amin Deyhim jo

