



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

فرم پیشنهاد تحقیق پایان نامه کارشناسی ارشد

نام و نام خانوادگی: جواد عوض زاده کاکرودی	شماره دانشجویی: ۹۴۰۱۲۰۳۲۴
رشته و گرایش: مدیریت فناوری - کسب و کار الکترونیکی	دانشکده: مدیریت
آدرس، تلفن ثابت و همراه: قم، خیابان هفت تیر، کوچه یکم، ساختمان یاس، طبقه دوم. ۰۲۵۳۶۵۰۵۴۶۰ و ۰۹۳۵۷۲۶۹۷۵۹	
استاد راهنما: آقای دکتر احمد ودادی	استاد مشاور: آقای دکتر جلال حقیقت منفرد

ظرفیت استاد راهنما و استاد مشاور بر اساس بخشنامه ۷۳/۲۸۹۹۶ مورخ ۹۳/۲/۱۵ بررسی گردید و انتخاب اساتید توسط دانشجو بلامانع می باشد، انتخاب اساتید بدلیل تکمیل ظرفیت استاد راهنما/استاد مشاور امکان پذیر نمی باشد.

نام و نام خانوادگی مدیر گروه
تاریخ و امضاء

اینجانب جواد عوض زاده کاکرودی با توجه به آگاهی از تکمیل ظرفیت استاد راهنما/استاد مشاور تعهد می نمایم که عواقب ناشی از تاخیر در صدور کد شناسایی پایان نامه را پذیرفته و حق هر گونه اعتراض را از خود سلب می نمایم.

جواد عوض زاده کاکرودی
۷ بهمن ماه ۱۳۹۷

این قسمت توسط گروه آموزشی و پژوهش دانشکده تکمیل خواهد شد

تاریخ دریافت پروپوزال توسط گروه آموزشی	
تاریخ تصویب پروپوزال در شورای تخصصی گروه	
شماره و تاریخ تصویب پروپوزال در شورای پژوهشی دانشکده	
تاریخ اخذ کد	
کد پایان نامه	

عنوان تحقیق به فارسی

فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط (مورد مطالعه: فین تک)

عنوان تحقیق به انگلیسی

Critical success factors in SME e-business - FinTech case study

۱-اطلاعات استاد راهنما و مشاور

مسئولیت	نام و نام خانوادگی	مرتبه علمی	پایه	نام پدر	ش ش	محل تولد	تاریخ تولد	کد ملی
راهنما	احمد ودادی	دانشیار	۱۹	نجف	۵	شیراز	۱۳۴۸	۶۲۳۹۷۹۰۶۵۶
مشاور	جلال حقیقت منفرد	استادیار	۱۷	رضا	۱۸۴۷	تهران	۱۳۴۵	۴۳۹۱۷۷۸۱

۲- اطلاعات مربوط به پایان نامه

۲-۱- نوع کار تحقیقاتی (بنیادی، نظری، کاربردی یا عملی)

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است. تحقیقات کاربردی بر بکارگیری نتایج تحقیق در فعالیتهای روزمره دلالت دارند. این نوع تحقیقات به منظور شناخت ویژگیها، اصول، عوامل، کاربردها و ... پدیدههای اجتماعی، برای پیادهسازی یافتههای تحقیق در محیط واقعی کار و در جهت رفع مشکلات موجود و افزایش توانمندیهای آن پدیدههای خاص صورت می گیرند. (قوچانی، ۱۳۹۵، ۲۱)

۲-۲- پرسش اصلی تحقیق / بیان مساله

پس از پیدایش اینترنت و کشف ظرفیتهای آن، به مرور کسب و کارهای مدرن بر بستر اینترنت شکل گرفت که به نام کسب و کار الکترونیکی شناخته شد. هر چند کسب و کارهای سنتی نیز با کمی تاخیر به سمت استفاده از کسب و کار الکترونیکی حرکت کردند. ولی بزرگترین کسب و کارهای الکترونیکی امروز دنیا، به طور میانگین عمری حدود یک دهه دارند. کسب و کار الکترونیکی شبکه ای است که بر فرایندهای تجاری جهت بهبود خدمت رسانی به مشتری، کاهش زمان چرخه، افزایش اثربخشی هزینه ها و فروش کالاها، خدمات و اطلاعات تمرکز نمایند. (Stewart & Zhao, 2000, 287-296)

کسب و کارهای کوچک و متوسط یا به اختصار SME در برابر صنایع بزرگ قرار می‌گیرد و نسبت به آن مزایای بسیاری دارد؛ از جمله ارزش افزوده، نوآوری، اشتغال‌آفرینی و انعطاف‌پذیری بیشتر. مطابق گزارش سازمان توسعه‌ی صنعتی سازمان ملل متحد کسب و کارهای خرد نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و کاهش فقر در سراسر جهان دارند. کسب کارهای کوچک و متوسط باعث تشویق کارآفرینان برای مشارکت در اقتصاد، سیاست و سیستم‌های اجتماعی کشور می‌شود. به همین جهت است که کسب کارهای کوچک و متوسط با رشد اقتصادی، اشتغال و همچنین توسعه محلی و منطقه‌ای پیوند عمیقی دارند.

تعریف صنایع کوچک و متوسط در کشورهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارد و تابع شرایط اقتصادی و صنعتی حاکم است. برخی از معیارهایی که برای تعیین نوع صنایع کوچک، متوسط و بزرگ به کار می‌روند عبارتند از: تعداد کارکنان، سرمایه، دارایی کل، حجم فروش و ظرفیت تولید. در این میان رایج‌ترین معیار، تعداد کارکنان است که این نیز از کشوری به کشور دیگر متفاوت تعیین می‌شود. به عنوان مثال در آمریکا صنایع کوچک و متوسط به شرکت‌های دارای کمتر از ۵۰۰ نفر کارمند گفته می‌شود. بر طبق آمار ارائه شده در پروژه کایت اتحادیه اروپا، بیش از ۱۶ میلیون کسب و کار در اروپا مشغول هستند که از این بین، بیش از ۹۹ درصد صنایع با کمتر از ۲۵۰ نفر و ۹۳ درصد آنان با کمتر از ۱۰ نفر مشغول به فعالیت هستند.

در سال‌های اخیر رشد فزاینده تعداد کسب و کارهای الکترونیکی و موج رفت و آمد جوانان در آن‌ها به واسطه‌ی ایده‌های مطرح شده به صورت کامل مشهود است. در این بین آمارها نشان از آن دارند که عمر این کسب و کارهای کوچک و متوسط در بسیاری از موارد به دو سال هم نمی‌رسد. این در حالی است که برخی از آن‌ها توانسته‌اند مشکلات را پیموده و عمر بیشتری را تجربه کنند و از موفقیت نسبی برخوردار شوند. مرگ سریع درصد بالایی از کسب و کارهای نوپا در طبقه‌بندی کوچک متوسط به دنبال دلایلی است که اگر این کسب و کارها به آن توجه داشته باشند می‌توانند حیات طولانی‌تر و موفقیت‌تری را تجربه کنند. موفقیت مفهومی چند بعدی است که می‌توان آن را در سطوح مختلفی از قبیل سطوح فنی، فردی یا سازمانی و با استفاده از چندین مالک و معیار همچون معیارهای مالی، اقتصادی یا رفتاری ارزیابی نمود. (Molla & Licker, 2001, 133) موفقیت اغلب به عنوان نتیجه یا پیامد یا غایت مطلوب یا رضایت‌بخش تعریف می‌شود. (Saarinen, 1996, 104)

فاکتورهای حیاتی موفقیت یا به اختصار CSF عبارتی در برنامه‌ریزی راهبردی است که عامل‌های اصلی موفقیت را در سطوح مختلف سازمان در رسیدن به اهداف سازمان توصیف می‌کند. در واقع عوامل حیاتی موفقیت، فاکتورهایی هستند که عدم حصولشان، منجر به شکست سازمان در رسیدن به اهداف کلی یا شکست در رسیدن به نتایج استراتژی‌های سازمانی می‌گردد. لازم به ذکر است که عوامل حیاتی موفقیت به عنوان ابزاری برای اندازه‌گیری عملکرد برای دستیابی به مأموریت سازمان شناخته شده‌اند (Gudienne, Banaitis, Banaitiene and Lopes, 2013, 393). از نظر روکارت عوامل کلیدی موفقیت عبارتند از تعداد محدودی از حوزه‌های فعالیت که عملکرد رقابتی موفقیت‌آمیزی در پی خواهند داشت. روکارت رویکرد عوامل حیاتی موفقیت را برای سیستم‌های اطلاعاتی معرفی کرد. (Ahmad & Cuenca, 2013, 105)

فین‌تک یا فناوری مالی به معنای کاربرد نوآورانه فناوری در ارائه خدمات مالی است. فین‌تک صنعتی در فضای اقتصادی است و به کمپانی‌هایی اشاره دارد که با کاربرد تکنولوژی تلاش می‌کنند خدمات مالی را کارآمدتر کنند. شرکت‌های فعال در زمینه فناوری‌های مالی عموماً استارت‌آپ‌هایی هستند که تلاش می‌کنند خودشان را در سیستم‌های مالی جا بیندازند و شرکت‌های سنتی را به چالش بکشند.

با بیان دیگر می‌توان گفت فین‌تک یک صنعت مالی جدید است که با کمک تکنولوژی منجر به ارتقای فعالیت‌های مالی می‌شود. (Schueffel, 2017, 32). فین‌تک می‌تواند هم به کسب و کارها خدمات ارائه کند هم به افراد. استفاده کننده‌ی اصلی فین‌تک، کسب و کارهای کوچک هستند. یعنی بنگاه‌هایی که غالباً نوپا هستند و باید هم هزینه‌های مالی خود را پایین نگه دارند و هم سریع حرکت کنند، مثل فروشگاه‌های الکترونیکی کوچک. اما فین‌تک برای مصرف‌کنندگان نهایی، کسب و کارهای بزرگ و حتی ارتباط بین کسب و کارها با هم (B2B) هم کاربرد دارد.

فین‌تک فقط شامل استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و تازه تأسیس نمی‌شود. شرکت‌های بزرگی همچون پی‌پل از پایه‌گذاران فین‌تک محسوب می‌شوند. زیرا در زمان خود، خدمتی ارائه کرد که نوآورانه بود، فناورانه بود و در زمینه مالی بود. اما در حال حاضر، غالب شرکت‌های فعال در فین‌تک، شرکت‌های کوچک و متوسط هستند. اکثر این شرکت‌ها به دنبال ارتباط دادن فرد به فرد یا نقطه به نقطه‌ی افراد و کسب و کارها هستند. به شکلی که افراد و کسب و کارها با واسطه و هزینه کمتری برای دریافت و پرداخت به هم متصل شوند. در ایران تقریباً در تمامی زیرشاخه‌های فین‌تک مانند پرداخت، ارزهای رمزنگاری شده، بیمه، تامین مالی جمعی و ... استارت‌آپ‌هایی در حال فعالیت هستند.

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که فین‌تک‌ها در ایران با آن روبرو هستند رگولاتوری و قانون‌گذاری است که در سال ۱۳۹۶ همین مشکلات منجر به فیلتر شدن یکباره تعداد شاخصی از فین‌تک‌های ایران توسط دادستانی شد که پس از پیگیری این کسب و کارها برخی از آن‌ها رفع فیلتر شدند. دخالت بانک مرکزی و تلاش برای قانون‌گذاری بر روی فعالیت فین‌تک‌ها و از طرف دیگر اعمال محدودیت‌های رگولاتوری منجر به مشکلات بسیاری برای کسب و کارهای فین‌تک است. تفکر نادرست و به دنبال آن اعمال محدودیت‌های شدید در کنار عدم قانون‌گذاری صحیح در این زمینه، منجر به صدمه دیدن و محو شدن برخی از فین‌تک‌ها در سال‌های اخیر شده است یا چابکی آنان را محدود کرده است. به‌طور خلاصه از عمده مشکلات فین‌تک‌ها می‌توان به نظارت و قانون‌گذاری، فناوری‌های نوین، کارمزد و تعاملات با شبکه مالی بین‌المللی اشاره کرد. کسب اطلاع دقیق از مشکلات و چالش‌ها و شناخت صحیح فاکتورهای موفقیت می‌تواند حیات این کسب و کارها را تحت تاثیر قرار دهد.

لذا پرسش اصلی تحقیق این است که فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌تک کدام است؟

۲-۲-۳- سوالات تحقیق

- فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌تک کدام است؟
- چه روابطی بین این فاکتورهای حیاتی در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌تک موفقیت وجود دارد؟
- هر یک از این فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌تک از چه اهمیتی برخوردارند؟

۲-۲-۴- اهمیت و اهداف تحقیق

کسب و کار الکترونیکی نسبت به سایر مباحث مدیریتی، یکی از موضوعات جدید و روز دنیاست، ما هر ساله شاهد ظهور کسب و کارهای جدیدی در دنیای الکترونیکی در بستر اینترنت هستیم. از جهتی هم میزان کاربران استفاده کننده از این سرویس‌ها روز به روز در حال گسترش بوده و دنیای آینده میدان زورآزمایی کسب و کارهای الکترونیکی است. کسب و کارهایی که اغلب ابتدا از سطح کوچک یا متوسط شروع به کار کرده و در صورت موفقیت با افزایش نفرات، سطح شرکت هم بزرگ‌تر می‌شود.

حوزه فین تک‌ها به واسطه پیشرفت تکنولوژی و گسترش کسب و کارهای الکترونیکی و آشنایی بیشتر مردم با این خدمات مالی، روز به روز در حال گسترش است و در سال‌های اخیر نیز به صورت ویژه مورد توجه قرار گرفته است. از طرفی کمبود تحقیقات در این زمینه منجر به بروز ابهامات بسیار زیاد به دلیل عدم مطالعات مناسب بر روی آن شده است و این تحقیق می‌کوشد تا این ابهامات را برطرف کند.

از آنجا که حرفه‌ی اصلی پژوهشگر، ارائه راهکارهای مبتنی بر کسب و کار الکترونیکی است و همواره در حال دسته پنجه نرم کردن با مشکلات بسیاری از این کسب و کارها بوده است؛ موضوع انتخابی این پژوهش، تلاشی برای مستندسازی و انتشار دانسته‌های پژوهشگر و کشف راهکارهای جدیدی برای موفقیت بیشتر در کسب و کارهای کوچک و متوسط و به‌طور خاص در حوزه فین تک هاست که طی سال‌های اخیر در ایران با مشکلات جدی روبرو بوده‌اند که حیات آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده است.

هدف اصلی

- تعیین فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین تک

اهداف فرعی

- شناسایی عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین تک
- تعیین روابط بین عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین تک
- تعیین ضریب اهمیت عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین تک

۲-۵- جنبه نوآوری و جدید بودن تحقیق در چیست؟

تحقیق در حوزه فین تک‌ها در ایران به علت تازگی موضوع بسیار کم است و در خصوص فاکتورهای حیاتی موفقیت مسبوق به سابقه نیست.

۲-۶- روش تحقیق

۱-۶-۲- نوع روش تحقیق

روش تحقیق از نظر نوع اکتشافی است. اکتشاف شامل عملیات خواندن متون، مصاحبه‌های اکتشافی و چند روش اکتشافی تکمیلی است. خواندن متون کیفیت پرسش‌ها را بالا می‌برد، در حالی که مصاحبه‌ها و روش‌های تکمیلی به محقق کمک می‌کند تا با واقعیت تجربه شده‌ی کنشگران اجتماعی از نزدیک آشنا شود. (کیوی و کامپنهود، ۱۳۹۴، ۳۷)

۲-۶-۲- روش گردآوری اطلاعات (میدانی، کتابخانه‌ای و غیره)

- میدانی - روش تحقیق میدانی برای جمع‌آوری داده‌ها در نظر گرفته شده است.

- مراجعه به اسناد و مدارک
- پرسشنامه (کارت اطلاعات)

۴-۲-۲ روش توصیف و تجزیه تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های زیر استفاده خواهد شد.

- پنل دلفی فازی - روش دلفی، از جمله روش‌های ذهنی - شهودی حوزه‌ی آینده‌نگاری به شمار می‌آید. تکنیک دلفی براساس دیدگاه پاسخ‌دهندگان صورت می‌گیرد. در این تکنیک برای سنجش دیدگاه از عبارات کلامی استفاده می‌شود.
- تحلیل شبکه‌ای ANP - این روش بر اساس یک سری فرضیات بنا شده است و برای تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره مورد استفاده می‌گیرد.
- دیمتل فازی - روش دیمتل فازی به بررسی روابط بین معیارها و زیرمعیارها می‌پردازد و توسط ماتریس ارتباط کل معیارهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر را مشخص می‌سازد. این تکنیک از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه است. همان‌طور که از نام این روش پیداست تمامی محاسبات در محیط فازی صورت می‌گیرد.

۴-۲-۳ منابع مورد استفاده

- قوچانی، فرخ، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ۱۳۹۵، چاپ اول، تهران، نصر قلم.
- ریمون کیوی، لوک وان کامپنهود، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ۱۳۹۴، ترجمه عبدالحسین نیک‌گوهر، چاپ پانزدهم، انتشارات توتیا.
- Stewart, D. W., & Zhao, Q. , Internet marketing, business models, and public policy. Journal of Public Policy & Marketing, 19, 2000.
- Molla, A., & Licker, P. S., E-Commerce Systems Success: An Attempt to Extend and Respecify the Delone and MaClean Model of IS Success. J. Electron. Commerce Res., 2001.
- Saarinen, T, An expanded instrument for evaluating information system success. Information & management, 1996.
- Gudienė, N., Banaitis, A., Banaitienė, N., & Lopes, J., Development of a Conceptual Critical Success Factors Model for Construction Projects: a Case of Lithuania. Procedia Engineering, 57, 2013.
- Ahmad, M. M., & Cuenca, R. P., Critical success factors for ERP implementation in SMEs. Robotics and Computer-Integrated Manufacturing, 29(3), 2013
- Schueffel, Patrick, "Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech". Journal of Innovation Management. 4 (4), 2017.

۸-۲- هزینه های مواد و وسایل آزمایشگاهی و کارگاهی (مصرفی و غیر مصرفی):

نام ماده یا تجهیزات	مقدار یا تعداد مورد نیاز	مصرفی / غیر مصرفی	هزینه / ریال
جمع هزینه های مواد و تجهیزات به ریال			۰

لازم به ذکر می باشد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در صورتیکه این بند از پروپوزال را تکمیل کرده باشند و با در نظر گرفتن آیین نامه های مربوطه می توانند از کمک هزینه پایان نامه / رساله استفاده کنند.

نام و نام خانوادگی مسئول آزمایشگاه/کارگاه

تاریخ و امضاء

۹-۲- تایید گروه تخصصی آموزشی:

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت و تخصص	نوع رای	امضاء و تاریخ
		استاد راهنما		
		استاد مشاور		

الف) موضوع تحقیق پایان نامه آقای جواد عوض زاده کاکرودی در جلسه مورخ شماره جلسه..... گروه تخصصی مطرح و مورد تایید قرار گرفت ~ قرار نگرفت ~.

تاریخ و امضاء / مدیر گروه

مدیر محترم پژوهش دانشکده

سلام علیکم

احتراما با توجه به بررسی انجام شده ارائه پروپوزال از نظر آموزشی بلامانع می باشد.

تاریخ و امضاء / مدیر آموزش دانشکده

رئیس محترم دانشکده

سلام علیکم

احتراما با توجه به تایید گروه و مدیر محترم آموزش و همچنین تایید پژوهش، بررسی پروپوزال در شورای پژوهشی دانشکده بلامانع می باشد.

تاریخ و امضاء / مدیر پژوهش دانشکده

۱۰-۲- تایید شورای پژوهش دانشکده:

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت و تخصص	نوع رای	امضاء و تاریخ
۱		رئیس دانشکده		
۲		مدیر پژوهش		
۳				
۴				
۵				
۶				
۷				
۸				
۹				

ب) موضوع تحقیق پایان نامه آقای جواد عوض زاده کاکرودی در جلسه مورخ شماره جلسه شورای پژوهشی دانشکده مطرح:

۱- مورد تایید قرار گرفت ~ و اخذ کد پایان نامه طبق مقررات بلامانع می باشد.

۲- مورد تایید قرار نگرفت ~ و پس از اصلاحات ذیل در جلسه شورای پژوهشی دانشکده مجددا بررسی گردد.

.....

تاریخ و امضاء / رئیس دانشکده