

دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت - گروه مدیریت فناوری اطلاعات

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش کسب و کارهای الکترونیکی

عنوان

**فا**ک**تورهای حیاتی موفقیت در** ک**سب و** ک**ارهای ال**ک**ترونی**ک**ی** ک**وچ**ک **و متوسط (مورد مطالعه فین ت**ک**)**

استاد راهنما

دکتر احمد ودادی

استاد مشاور

دکتر جلال حقیقت منفرد

پژوهشگر

**جواد عوض زاده کا**ک**رودی**

زمستان ۱۳۹۷





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت - گروه مدیریت فناوری اطلاعات

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش کسب و کارهای الکترونیکی

عنوان

**فا**ک**تورهای حیاتی موفقیت در** ک**سب و** ک**ارهای ال**ک**ترونی**ک**ی** ک**وچ**ک **و متوسط (مورد مطالعه فین ت**ک**)**

استاد راهنما

دکتر دکتر احمد ودادی

استاد مشاور

دکتر جلال حقیقت منفرد

پژوهشگر

**جواد عوض زاده کا**ک**رودی**

زمستان ۱۳۹۷

تقدیم به

پدرم به صلابت کوه

مادرم به زلالی آب

همسرم به صمیمیت باران

دخترم به روشنایی نور

منت خدای را عزوجل که طاعتش موجب قربت است و به شکر اندرش مزید نعمت؛

هر نفسی که فرو می‌رود ممد حیات است و چون برمی‌آید مفرح ذات، پس در هر نفسی دو نعمت موجود است و بر هر نعمتی شکری واجب.

از دست و زبان که برآید کز عهده شکرش بدرآید



تشکر می‌کنم از پدر و مادر عزیزم، این دو معلم بزرگوارم در زندگی، که کریمانه از کنار غفلت‌هایم گذشته‌اند و در تمام عرصه‌های زندگی همواره یار و یاوری برای من بوده‌اند.

تشکر می‌کنم از استاد ارجمند جناب آقای دکتر احمد ودادی که در این پژوهش راهنمای راهم بودند و کمک‌های ارزشمندی برای تدوین و تکمیل این اثر داشتند.

تشکر می‌کنم از استاد گرامی جناب آقای دکتر جلال حقیقت منفرد که زحمت مشاوره در این پژوهش را متقبل شدند.



**تعهدنامه اصالت پایان‌نامه کارشناسی ارشد**

این‌جانب **جواد عوض زاده کاکرودی** دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی **۹۴۰۱۲۰۳۲۴** که در تاریخ **۱ شهریورماه ۱۳۹۸** از پایان‌نامه خود با عنوان **فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط (مورد مطالعه فین تک)** با کسب نمره **۲۰** و درجه **عالی** دفاع نموده‌ام، بدین‌وسیله متعهد می‌شوم.

1. این پایان‌نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام‌شده توسط این‌جانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای عملی و پژوهشی دیگران اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و ... استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده‌ام.
2. این پایان‌نامه قبلا برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی هم‌سطح، پایین‌تر یا بالاتر در سایر دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
3. چنان‌چه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان‌نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد، مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
4. چنان‌چه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی با این‌جانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچ‌گونه ادعایی نخواهم داشت.

**جواد عوض زاده کاکرودی**

یکم شهریورماه ۱۳۹۸

بسمه تعالی

در تاریخ **یکم شهریورماه ۱۳۹۸**

دانشجوی کارشناسی ارشد جناب آقای **جواد عوض زاده کاکرودی** از پایان‌نامه خود دفاع نموده و با نمره **۲۰** به‌حروف **بیست** و با درجه **عالی** مورد تصویب قرار گرفت.

استاد راهنما

دکتر احمد ودادی

بسمه تعالی

دانشکده مدیریت

**این چکیده به منظور چاپ در پژوهش‌نامه دانشگاه تهیه شده است.**

|  |  |
| --- | --- |
| نام واحد دانشگاهی **تهران مرکزی** کد واحد **۱۰۱** | کد شناسایی پایان‌نامه ۱۲۳۴ |
| عنوان پایان نامه  **فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط (مورد مطالعه فین تک)** | |
| نام و نام خانوادگی دانشجو **جواد عوض زاده کاکرودی**  شماره دانشجویی **۹۴۰۱۲۰۳۲۴**  رشته تحصیلی **مدیریت فناوری اطلاعات** | تاریخ شروع پایان‌نامه **۲۵ دی‌ماه ۱۳۹۷**  تاریخ اتمام پایان‌نامه **یکم شهریورماه ۱۳۹۸** |
| استاد راهنما جناب آقای **دکتر احمد ودادی**  استاد مشاور جناب آقای **دکتر جلال حقیقت منفرد** | |
| آدرس و شماره تلفن **قم، خیابان هفت تیر، کوچه یکم، ساختمان یاس، طبقه دوم.**  **تلفن ثابت ۰۲۵۳۶۵۰۵۴۶۰ - تلفن‌همراه ۰۹۳۵۷۲۶۹۷۵۹** | |
| چکیده پایان‌نامه  لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ و با استفاده از طراحان گرافیک است چاپگرها و متون بلکه روزنامه مجله در ستون و سطر آنچنان که لازم است و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز و کاربردهای متنوع با هدف بهبود ابزارهای کاربردی می باشد کتابهای زیادی در شصت و سه درصد گذشته حال و آینده شناخت فراوان جامعه و متخصصان را می طلبد تا با نرم افزارها شناخت بیشتری را برای طراحان رایانه ای علی الخصوص طراحان خلاقی و فرهنگ پیشرو در زبان فارسی ایجاد کرد در این صورت می توان امید داشت که تمام و دشواری موجود در ارائه راهکارها و شرایط سخت به پایان رسد و زمان مورد نیاز شامل حروفچینی دستاوردهای اصلی و جوابگوی سوالات پیوسته اهل دنیای موجود طراحی اساسا مورد استفاده قرار گیرد لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ و با استفاده از طراحان گرافیک است چاپگرها و متون بلکه روزنامه مجله در ستون و سطر آنچنان که لازم است و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز و کاربردهای متنوع با هدف بهبود ابزارهای کاربردی می باشد کتابهای زیادی در شصت و سه درصد گذشته حال و آینده شناخت فراوان جامعه و متخصصان را می طلبد تا با نرم افزارها شناخت بیشتری را برای طراحان رایانه ای علی الخصوص طراحان خلاقی و فرهنگ پیشرو در زبان فارسی ایجاد کرد در این صورت می توان امید داشت که تمام و دشواری موجود در ارائه راهکارها و شرایط سخت به پایان رسد و زمان مورد نیاز شامل حروفچینی دستاوردهای اصلی و جوابگوی سوالات پیوسته اهل دنیای موجود طراحی اساسا مورد استفاده. | |

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش‌نامه دانشگاه مناسب است تاریخ و امضا

فهرست مطالب

[1 فصل اول - کلیات طرح 1](#_Toc1431460)

[1-1 بیان مساله 1](#_Toc1431461)

[2-1 هدف‌های تحقیق 2](#_Toc1431462)

[3-1 اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن 2](#_Toc1431463)

[4-1 سوالات و فرضیه‌های تحقیق 2](#_Toc1431464)

[1-4-1 سوالات تحقیق 3](#_Toc1431465)

[1-4-2 فرضیات تحقیق 3](#_Toc1431466)

[5-1 مدل تحقیق 3](#_Toc1431467)

[6-1 تعاریف عملیاتی متغییرها و واژه‌های کلیدی 4](#_Toc1431468)

[7-1 روش تحقیق 4](#_Toc1431469)

[8-1 قلمرو تحقیق 4](#_Toc1431470)

[9-1 جامعه و حجم نمونه 5](#_Toc1431471)

[10-1 محدودیت و مشکلات تحقیق 5](#_Toc1431472)

[2 فصل دوم - مطالعات نظری 7](#_Toc1431473)

[1-2 مقدمه 7](#_Toc1431474)

[2-2 پیشنینه تحقیق 8](#_Toc1431475)

[3 فصل سوم - روش‌شناسی تحقیق 9](#_Toc1431476)

[1-3 مقدمه 9](#_Toc1431477)

[2-3 روش تحقیق 10](#_Toc1431478)

[3-3 جامعه آماری 10](#_Toc1431479)

[4-3 حجم نمونه و روش اندازه‌گیری 11](#_Toc1431480)

[5-3 ابزار جمع‌آوری اطلاعات 12](#_Toc1431481)

[6-3 روش تجزیه و تحلیل داده‌ها 12](#_Toc1431482)

[4 فصل چهارم – تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق 13](#_Toc1431483)

[1-4 مقدمه 13](#_Toc1431484)

[2-4 عنوان بعدی 14](#_Toc1431485)

[5 فصل پنجم – نتیجه‌گیری و پیشنهادات 16](#_Toc1431486)

[1-5 مقدمه 16](#_Toc1431487)

[2-5 نتیجه‌گیری 17](#_Toc1431488)

[3-5 پیشنهادات 17](#_Toc1431489)

[5-3-1 پیشنهادات حاصل تحقیق 17](#_Toc1431490)

[5-3-2 پیشنهادات جانبی 18](#_Toc1431491)

[4-5 پیشنهادات برای محققین بعدی 18](#_Toc1431492)

[6 فهرست منابع و مآخذ 19](#_Toc1431493)

[7 پیوست‌ها و ضمائم 20](#_Toc1431494)

[8 عنوان فصل English 21](#_Toc1431495)

[1-8 تیترهای اصلی English 21](#_Toc1431496)

[2-8 تیترهای اصلی English 21](#_Toc1431497)

[8-2-1 تیترهای فرعی English 21](#_Toc1431498)

[8-2-2 تیترهای فرعی English 21](#_Toc1431499)

[9 چکیده انگلیسی 23](#_Toc1431500)

فهرست جداول

[جدول ‏3‑1 جدول آزمایشی اول 10](#_Toc1431360)

[جدول ‏4‑1 حدول آزمایشی دوم 14](#_Toc1431361)

[جدول ‏4‑2جدول آزمایشی سوم 15](#_Toc1431362)

فهرست نمودارها

[نمودار ‏3‑1 نمودار آزمایشی اول 11](#_Toc1431366)

فهرست شکل‌ها

[شکل ‏4‑1 لوگوی ارمایل 14](#_Toc1431371)

# فصل اول - کلیات طرح

فصل اول

کلیات طرح



## 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 شبکه‌ای است که بر فرایندهای تجاری جهت بهبود خدمت‌رسانی به مشتری، کاهش زمان چرخه، افزایش اثربخشی هزینه‌ها و فروش کالاها، خدمات و اطلاعات تمرکز نمایند. (Stewart & Zhao, 2000, pp. 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؛ ازجمله 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 سیستم های اجتماعی کشور می‌شود . به همین جهت است که کسب کارهای کوچک و متوسط با رشد اقتصادی، اشتغال و همچنین توسعه محلی و منطقه ای 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 به‌کار 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. به‌عنوان مثال در آمریکا صنایع کوچک و متوسط به شرکت‌های دارای کمتر از ۵۰۰ نفر کارمند گفته می شود. 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 دوسال 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 و متوسط به‌دنبال 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, p. 133) موفقیت اغلب به عنوان نتیجه یا پیامد یا غایت مطلوب یا رضایت‌بخش تعریف می‌شود.(Saarinen, 1996, p. 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 ماموریت سازمان شناخته شده‌اند. (Gudienė, Banaitis, Banaitienė, & Lopes, 2013, p. 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 عموما 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 غالبا 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 استارت آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و تازه تأسیس نمی‌شود. شرکت‌های بزرگی همچون پی‌پل از پایه گذاران فین‌تک محسوب می‌شوند. زیرا در زمان خود، خدمتی ارائه کرد که نوآورانه بود، فناوارنه 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 تقریبا در تمامی زیرشاخه‌های فین‌تک مانند پرداخت، ارزهای رمزنگاری شده، بیمه، تامین مالی جمعی و ... استارتاپ‌هایی در حال فعالیت هستند.

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که فین‌تکی‌ها 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 به‌دنبال 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؟

## هدف‌های تحقیق

هدف اصلی این پژوهش تعیین فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌تک است.

اهدف فرعی

1. شناسایی عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌‌تک
2. تعیین روابط بین عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌‌تک
3. تعیین ضریب اهمیت عوامل حیاتی موفقیت موثر بر کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط - فین‌‌تک

## اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن

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 به‌کار کرده و در صورت موفقیت با افزایش نفرات، سطح شرکت هم بزرگ‌تر می‌شود.

حوزه فین‌تک‌ها 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 به‌صورت ویژه مورد توجه قرار گرفته است. از طرفی کمبود تحقیقات در این زمینه منجر به بروز ابهامات بسیار زیاد به‌دلیل 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 فین‌تک هاست که طی سال‌های اخیر در ایران با مشکلات جدی روبرو بوده‌اند که حیات آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده است.

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

## سوالات و فرضیه‌های تحقیق\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### 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؟

### فرضیات تحقیق\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## مدل تحقیق\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## تعاریف عملیاتی متغییرها و واژه‌های کلیدی\*\*\*

### موفقیت\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### فاکتورهای حیاتی موفقیت\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### کسب و کار\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### کسب و کارهای الکترونیکی\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### فین‌تک\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## روش تحقیق

### 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)

### روش گرد آوری اطلاعات

روش تحقیق میدانی برای جمع آوری داده‌ها در نظر گرفته شده است.

### ابزار گرد آوری اطلاعات

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

### روش توصیف و تجزیه تحلیل اطلاعات

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

* پنل دلفی فازی - روش دلفي، از جمله روش‌هاي ذهني - شهودي حوزه‌ي آينده‌نگاري به شمار مي‌آيد. 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 می پردازد و توسط ماتریس ارتباط کل معیارهای تاثیرگذار و تاثیرپذیر را مشخص می سازد. این تکنیک از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه است. همان‌طور که از نام این روش پیداست تمامی محاسبات در محیط فازی صورت می گیرد.

## قلمرو تحقیق\*

در این پژوهش محقق به دنبال شناسایی فاکتورهای حیاتی موفقیت در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط (مورد مطالعه فین تک) است.

## جامعه و حجم نمونه\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## محدودیت و مشکلات تحقیق\*

* کمبود سوابق تحقیق و منابع علمی باتوجه به جدید بودن موضوع

# فصل دوم - مطالعات نظری

فصل دوم

مطالعات نظری



## مقدمه\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## پیشنینه تحقیق\*\*\*

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

# فصل سوم - روش‌شناسی تحقیق

فصل سوم

روش‌شناسی تحقیق



## مقدمه

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## روش تحقیق

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## جامعه آماری

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

جدول ‏3‑1 جدول آزمایشی اول

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |

## حجم نمونه و روش اندازه‌گیری

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

نمودار ‏3‑1 نمودار آزمایشی اول

## ابزار جمع‌آوری اطلاعات

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

# فصل چهارم – تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق



## مقدمه

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## عنوان بعدی

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

جدول ‏4‑1 حدول آزمایشی دوم

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

شکل



شکل ‏4‑1 لوگوی ارمایل

جدول بعدی

جدول ‏4‑2جدول آزمایشی سوم

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# فصل پنجم – نتیجه‌گیری و پیشنهادات

فصل پنجم

نتیجه‌گیری و پیشنهادات



## مقدمه

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## نتیجه‌گیری

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## پیشنهادات

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### پیشنهادات حاصل تحقیق

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

### پیشنهادات جانبی

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

## پیشنهادات برای محققین بعدی

لورم ایپسوم یا طرح‌نما (به انگلیسی: Lorem ipsum) به متنی آزمایشی و بی‌معنی در صنعت چاپ، صفحه‌آرایی و طراحی گرافیک گفته می‌شود. طراح گرافیک از این متن به عنوان عنصری از ترکیب بندی برای پر کردن صفحه و ارایه اولیه شکل ظاهری و کلی طرح سفارش گرفته شده استفاده می نماید، تا از نظر گرافیکی نشانگر چگونگی نوع و اندازه فونت و ظاهر متن باشد.

# فهرست منابع و مآخذ

فهرست منابع و مآخذ



منابع فارسی

قوچانی, ف. (1395). *روش تحقیق در علوم اجتماعی.* چاپ اول، تهران، نصر قلم.

کیوی, ر.، & کامپنهود, ل. (1394). *روش تحقیق در علوم اجتماعی.* (ع. نیک‌گوهر، مترجم) تهران، توتیا.

References

Molla, A., & Licker, P. S. (2001). E-Commerce Systems Success: An Attempt to Extend and Respecify the Delone and MaClean Model of IS Success. *Electronic Commerce Research*, 131-141. doi:10.1.1.92.6900

Saarinen, T. (1996). An expanded instrument for evaluating information system success. *Information & Management*, 103-118.

Stewart, D. W., & Zhao, Q. (2000, Fall). Internet Marketing, Business Models, and Public Policy. *Journal of Public Policy & Marketing, 19*, 287-296. doi:10.1509/jppm.19.2.287.17125

# پیوست‌ها و ضمائم

پیوست‌ها و ضمائم



شامل خود جداول، نمودارها، شکل‌ها، تست‌ها و پرسشنامه‌های خودساخته و برنامه‌های رایانه‌ای و ...

رنگ جلد پایان نامه ارشد **سورمه‌ای**

رنگ جلد پایان نامه دکترای تخصصی **مشکی**

1. کتاب اول
2. منبع دوم
3. منبع سوم
4. و...

|  |  |
| --- | --- |
| نمونه سایزهای معرفی شده | نمونه پیاده‌سازی شده |
| متن فارسی | متن English |
| متن انگلیسی English | عنوان فصل English |
| تیترهای اصلی English | تیترهای اصلی English |
| تیترهای فرعی English | تیترهای فرعی English |
| عنوان چکیده فارسی | عنوان چکیده English |
| متن چکیده فارسی | متن چکیده English |
| عنوان چکیده انگلیسی English | فهرست مراجع English |
| متن چکیده انگلیسی English | صفحه عنوان English |
| فهرست مراجع فارسی / عربی |  |
| فهرست مراجع انگلیسی English |  |
| صفحه عنوان به فارسی |  |
| صفحه عنوان به انگلیسی English |  |

# چکیده انگلیسی

در یک صفحه و ۲۵۰ کلمه

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua Egestas purus viverra accumsan in nisl nisi Arcu cursus vitae mauris rhoncus aenean vel elit scelerisque Lorem ipsum dolor sit amet



Islamic Azad University

Central Tehran Branch

Facility of Management

Department of Information Technology Management

M.A Thesis

On Electronic Business

Subject

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

Advisor

Dr Ahmad Vedadi

Reader

Dr Jalal Haghighat Monfared

By

Javad Evazzadeh Kakroudi

Winter 2018