

The Role of Strategic Planning in Project Management in New Information Businesses from the Perspective of E-Business Owners (Case Study: Dadehkavaneh Hooshmand & Rahbari Asil)

Zohre Doogchi*

Ph.D in Library and Information Science Dept, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Mohammad Javad Tajik

Instructor, Islamic Azad University, Sama Tehransar branch, Tehran, Iran.

Abstract

To study the role of strategic planning on project management in new information businesses to improve the effectiveness and efficiency of project performance, especially on the Dadeh Kavan Hooshmand & Rahbari Asil websites. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-survey. The statistical population consisted of 90 e-business owners who were selected as the available sample by simple non-random method. The researcher-made questionnaire with 46 questions was distributed among them and 75 questionnaires were collected. Cronbach's alpha coefficient was used to evaluate the reliability of the questionnaire, which is equal to 0.888, 0.889, and 0.936 in three sections of questions. To assess the validity of the questionnaire using the internal consistency method of construct validity, the results of the correlation coefficient between each of the questions at the error level is less than 0.01 and has a high construct validity. Descriptive and inferential statistics were used to analyze the data using SPSS software. Strategic planning has significantly more than average (68%) and project management (67%) and the role of strategic planning on project management has played a significant role (67%) in new information businesses. The results showed that the average rank of human resources and supplier chain sub-component in strategic planning equal to (2.65), and the sub-component of cultural and social factors of project management equal to (3.08) are more important. From the perspective of business owners, they have had the greatest impact on new information businesses.

Keywords: Information Management, New Business, Project Management, Strategic Management.

* Corresponding Author: lidadoogchi@yahoo.com

How to Cite: Doogchi, Zohre. (2022). The Role of Strategic Planning in Project Management in New Information Businesses from the Perspective of E-Business Owners (Case Study: Dadehkavaneh Hooshmand & Rahbari Asil). *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 9(32), 163-189.



نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

دانش‌آموخته دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد
اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران



زهره دوگچی

مربی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سما تهرانسر، تهران، ایران



محمد جواد تاجیک

چکیده

هدف مطالعه نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی جهت بهبود اثربخشی و کارایی عملکرد پروژه به‌ویژه در وبسایت‌های داده کاوان هوشمند و راهبری اصیل بود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به روش توصیفی-پیمایشی بوده است. جامعه آماری شامل ۹۰ نفر از صاحبان مشاغل الکترونیک می‌شد که به عنوان نمونه در دسترس و به روش غیرتصادفی ساده انتخاب شدند. پرسشنامه محقق ساخته با ۴۶ پرسش در بین آن‌ها توزیع گردید و ۷۵ پرسشنامه جمع شد. جهت بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد که در سه بخش پرسش‌ها برابر با ۰/۸۸۸، ۰/۸۸۹ و ۰/۹۳۶ بود. برای سنجش روایی پرسشنامه مذکور با استفاده از روش همسانی درونی روایی سازه نتایج ضریب همبستگی بین هریک از پرسش‌ها در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بوده و از روایی سازه بالایی برخوردار بوده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی به کمک نرم‌افزار اسپاس بهره گرفته شد. برنامه‌ریزی استراتژیک به صورت معناداری بیشتر از حد متوسط (۶۸٪) و مدیریت پروژه (۶۷٪) و میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه تا حد زیادی (۶۷٪) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است. نتایج نشان داد میانگین رتبه زیر مؤلفه منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان در برنامه‌ریزی استراتژیک برابر با (۲/۶۵) و زیر مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی از مدیریت پروژه برابر با (۳/۰۸) از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و از دیدگاه صاحبان مشاغل بیشترین تأثیر را در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت استراتژیک، مدیریت پروژه، کسب و کار نوین، مدیریت اطلاعات.

مقدمه

در سالیان اخیر همزمان با پیشرفت‌های فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی بسیاری از تعاملات در دنیای واقعی به جهان مجازی انتقال یافته است. اصلی‌ترین ویژگی این فناوری‌ها فشردگی زمان و مکان است که بسیاری از محدودیت‌های جغرافیایی و زمانی در دنیای فیزیکی را از میان برداشته و فرصت‌های بدیعی را در اختیار صاحبان شرکت‌ها و افراد قرار داده است. از سوی دیگر کسب‌وکارهای الکترونیکی روش‌های جدیدی را برای انجام کارها ارائه نموده است که هیچ شرکت و یا سازمانی نمی‌تواند آن‌ها را نادیده بگیرد. در واقع کسب‌وکار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. از آنجا که در کسب‌وکارهای الکترونیکی همه فعالیت‌های اصلی یک شرکت از جمله زنجیره تأمین، بازاریابی و فروش، روابط با تأمین‌کنندگان و مشتریان را می‌توان از طریق اینترنت انجام داد (احمدیان، ۱۳۹۵). بنابراین شواهد نشان می‌دهد که همه فعالیت‌های مرتبط با چنین کسب‌وکارها و تجارتی جهت توفیق عمل، برنامه‌ریزی ویژه‌ای لازم دارند، بدین‌رو نیاز به برنامه‌ریزی استراتژیک در چنین موقعیت‌هایی، امری بدیهی است که صرفاً با شناخت مؤلفه‌های مشترک بین این دو حوزه مدیریت استراتژیک و کسب‌وکار الکترونیکی امکان‌پذیر است تا صاحبان چنین مشاغلی بتوانند به هنگام مدیریت پروژه‌های خود به بهبود عملکرد و کارایی اثربخش و سودرسانی در اجرا دست یابند. به عبارت دیگر در محیط رقابتی امروز هر سازمانی که بخواهد موفق و فراتر از انتظارات مشتریان خود عمل نماید و به حیات خود ادامه دهد، نیازمند برنامه‌ریزی استراتژیک است (Gates, 2010، نقل در احمدیان، ۱۳۹۵)؛ چرا که مبنای اصلی برنامه‌ریزی استراتژیک بر پایه مزیت رقابتی است. برای پژوهش در هر کسب‌وکاری، داشتن استراتژی کارآ و مؤثر در فناوری اطلاعات می‌تواند از راهبرد فرآیندهای کسب‌وکار حمایت کند. به عبارتی در محیط پرتلاطم کسب‌وکار نوین الکترونیکی و اطلاعاتی، موفقیت سازمان‌ها در گرو جهت‌گیری همه بخش‌ها در راستای مسیر استراتژیک است (ضیایی، ۱۳۹۵). بنابراین چاره‌ای نیست جز شناخت عوامل موفقیت استراتژیک در کسب‌وکارهای این چنینی که عبارت‌اند از وجوه مدیریتی، منابع انسانی و زنجیره تأمین‌کنندگان (محور عرضه و تقاضا)، عوامل راهبردی،

عوامل تکنولوژیک، طراحی وبسایت، و در نهایت ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی؛ بدین ترتیب کسب‌وکار الکترونیک می‌تواند با تکیه بر برنامه‌ریزی استراتژیک مناسب فرصت‌هایی را برای رسیدن به بهره‌وری و اثربخشی به عنوان مزیت رقابتی ایجاد نماید (احمدیان، ۱۳۹۵). از این‌رو در محیط جهانی جدید، که با تغییر سریع، جریان اطلاعات شدید و افزایش رقابت به دلیل کاهش موانع تجارت و تبادل مشخص شده است، رهبران و مدیران سازمان‌ها و صاحبان مشاغل با تهدیدات جدید و سخت مواجه هستند. در این اثنا رقابت به یک بازی تبدیل می‌شود که می‌تواند بهترین و بزرگترین ایده‌ها را با چشم‌انداز استراتژیک تولید کند. در این هنگام جایگزین منطقی یک فرایند به خوبی آزمایش شده، برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشد که فرایندی است گام به گام، با اهداف مشخص و محصولات نهایی که قابل اجرا و ارزیابی باشد. به نوعی برنامه‌ریزی استراتژیک یک اصطلاح فنی است که تنها در بخشی از مسئله اثربخشی شغلی و سازمانی و صرفاً با برخی از مسائل غیرقابل حل جهت پر کردن شکاف‌ها و غلبه بر محدودیت‌ها مقابله می‌کند.

بررسی تاریخچه برنامه‌ریزی استراتژیک بیان‌گر آن است که این راهبرد مدیریتی در دهه ۱۹۵۰، با استفاده در سازمان‌های دولتی و خصوصی گسترش یافت. با این حال، محبوبیت آن تا دهه ۱۹۹۰ کم بود تا این که محققان مزایای ناشی از فرآیندهای برنامه‌ریزی استراتژیک را نشان دادند. به نوعی می‌توان گفت برنامه‌ریزی استراتژیک، ابزاری برای سازمان‌دهی فعلی براساس پیش‌بینی‌های آتی است. به این ترتیب، یک طرح استراتژیک عبارت است از نقشه راهی برای هدایت سیستم از موقعیت فعلی به موقعیتی که تمایل دارد در پنج تا ده سال آتی در آن قرار داشته باشد (Ojha, Patel, Sridharan, 2019). در عین حال برنامه‌ریزی استراتژیک موفق برنامه‌ای است که از حمایت کامل مدیران ارشد و صاحبان مشاغل برخوردار است. فرایندی مشارکتی که فقط مختص برنامه‌ریزان نمی‌شود و کارکنان کلیه سطوح را در برمی‌گیرد، نظرات و بازخورد همه را دریافت می‌کند، انعطاف‌پذیر و متناسب بوده و کاربرد آن آسان است، مسئولیت‌ها و چهارچوب زمانی را به روشنی تعریف کرده، برای دستیابی به نتایج، پاسخ‌گویی را ایجاد و تضمین می‌کند، از عملکرد محیطی که در آن قرار دارد آگاهی کامل داشته و در برابر اهداف بلند مدت و کوتاه مدت، منابع و نتایج

واقع‌بین است و در عین حال به مسائل کارکنان و شرایط مالی توجه دارد، روش یا استراتژی برای حل و فصل اختلافات با ذینفعان دارد، تصمیم‌گیری‌های مربوط به منابع را هدایت کرده و این واقعیت را که باید با منابع اندک فعالیت‌های بیشتری انجام گیرد، اغلب با تعدیل یا تغییر جهت در مصرف منابع در نظر می‌گیرد، به روز و مستمر بوده، خشک و ثابت نیست، و در عین حال برنامه‌ریزی استراتژیک و فرایند برنامه‌ریزی هر دو به صورت منظم بازبینی و اصلاح می‌شوند (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۴).

با توجه به نکات ذکر شده می‌توان چنین استنباط کرد که مزایای برنامه‌ریزی استراتژیک در قالب مدیریت یک پروژه عبارت‌اند از وقوع خبر قبل از پیش آمدن مشکلات احتمالی، تشخیص تغییرات و فراهم‌سازی شرایط عکس‌العمل در برابر تغییرات، تعیین نیازهایی که برای تعریف مجدد ضروری است، ایجاد بستر مناسب برای دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده، کمک به مدیران و صاحبان مشاغل در داشتن درک روشن‌تری از محیط شغلی خود، تخصیص مؤثر زمان و منابع به فرصت‌های از پیش تعیین‌شده، ایجاد هماهنگی در تاکتیک‌های اجرای برنامه‌ها، به حداقل رساندن زمان و منابعی که باید در راستای تصحیح تصمیمات نادرست به کار رود، فراهم‌آوری ترتیب اولویت‌ها در قالب زمانی برنامه، ارائه مزیتی رقابتی به سازمان در مقابل رقیبان، افزایش انگیزش بر مبنای تعیین مسئولیت افراد، تشویق تفکر آینده‌نگر، برای داشتن یک روش هماهنگ، ایجاد انگیزش در برخورد با مسائل و فرصت‌ها؛ درنهایت با توجه به اهمیت و مزایای قید شده می‌توان گفت برنامه‌ریزی استراتژیک پایه و اساس مهم برای اجرای امور در هر سیستمی است و همچنین در معماری سازمان، بهبود فرایندها، مدیریت ریسک، مدیریت پورتفولیوها^۱ و هر طرح گسترده‌ای در سیستم می‌تواند نقش داشته باشد (Gates, 2010). علاوه بر آن مدیریت پروژه نیز رویکرد مدیریت نسبتاً جدیدی در پژوهش‌های میان‌رشته‌ای است که یک مکانیزم نوخاسته برای قسمت‌بندی، مدیریت و مستندسازی پروژه‌های پژوهشی در مدیریت اطلاعات می‌باشد که

۱. Portfolio: پورتفولیو، مجموعه‌ای از پروژه‌ها و یا برنامه‌ها و دیگر کارهایی است که در یک مجموعه قرار می‌گیرند تا مدیریت کارآمد بر آن فعالیت را تسهیل کنند، به گونه‌ای که هدف‌های تجاری استراتژیک محقق شود. اجزای یک پورتفولیو، کمیت‌پذیر هستند، بدین معنی که می‌توان آن‌ها را اندازه‌گیری، دسته‌بندی و الویت‌بندی کرد.

سرمایه‌گذاران برای استفاده کوتاه مدت در پروژه‌های میان‌رشته‌ای مبتنی بر سرمایه‌گذاری عام در اختیار محققان قرار می‌دهند. مدیران پروژه از طریق روش‌های مستندسازی و ارزیابی می‌توانند ساختار و حقوق مدیریت را توضیح دهند و علاوه بر آن، مسئولیت‌ها و جریان‌های کاری کارکنان را مستندسازی نمایند. تمامی این روش‌ها یک نوع اطمینان خاطر را برای دسترسی به داده‌ها به وجود می‌آورند که بر مبنای آن نوعی مسئولیت‌پذیری بین سرمایه‌گذاران، محققان، نهادها و تمامی سهامداران به اشتراک گذاشته می‌شود. نتایج به دست آمده از مدیریت پروژه به عنوان ابزار تکمیل فرایند مستندسازی پروژه عبارت‌اند از: اطمینان از یکپارچگی داده‌ای به طوری که نتایج را می‌توان با استفاده از یک زبان قابل دسترس همراه با مجموعه‌ای از الگوها توصیف کرد و پروژه را می‌توان به طور کامل ارزیابی و آماده نمود و سپس برای کاربردپذیری طولانی در اختیار عموم قرار داد (Garwood & Poole, 2018).

در نهایت کسب و کار الکترونیک نیز عبارتی است که اولین بار شرکت «آی‌بی‌ام»^۱ در سال ۱۹۹۰ در مبارزات تبلیغاتی خود به کار برد (لی^۲، ۱۳۹۵) و آن را یک رویکرد امن، قابل انعطاف و یکپارچه برای دستیابی به ارزش در کسب و کارهای متفاوت به وسیله ایجاد ترکیب سیستم‌ها و فرآیندهایی که بر فعالیت‌های هسته اصلی کسب و کار استوار هستند با حفظ سادگی و استفاده از فناوری اینترنت، تعریف کرد (طالب پور و همکاران، ۱۳۸۸؛ نقل در احمدیان، ۱۳۹۵). به عبارتی کسب و کارهای الکترونیک شامل خرید و فروش، ارائه خدمات به مشتریان و تأمین کنندگان، مدیریت کلیه فعالیت‌های تأمین تا تحویل محصول و خدمات، و حتی شامل روابط داخلی بین کارکنان و همکاری خارجی نیز است (ALhawamdeh, 2007). با توجه به مطالب ارائه شده، می‌توان گفت پژوهش حاضر ترکیبی است از برنامه‌ریزی استراتژیک عوامل موفقیت کسب و کارهای الکترونیک، به هنگام مدیریت چنین پروژه‌هایی، در تلاش برای ایجاد مزیت رقابتی و بهبود عملکرد و کارآیی اثربخش، با هدف تکیه بر مزایای برنامه‌ریزی استراتژیک در قالب مدیریت یک پروژه تا بتوان کسب و کار الکترونیکی و اطلاعاتی را طوری مستندسازی نمود که با استفاده از یک زبان قابل دسترس

1. IBM
2. Lee

همراه با مجموعه‌ای از الگوها، پروژه کسب‌وکار را به طور کامل ارزیابی و آماده نمود و سپس برای کاربردپذیری طولانی با رعایت کارآیی عملکرد و اثربخشی در اختیار عموم قرار داد. در این راستا، پژوهش حاضر سعی در بررسی نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک با مطالعه بر روی کارکنان وبسایت‌های مورد مطالعه دارد که منجر به سنجش مؤلفه‌هایی به عنوان علل و عوامل موفقیت در برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت پروژه هستند که عبارت‌اند از: وجوه مدیریتی، منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان (محور عرضه و تقاضا)، عوامل راهبردی، عوامل تکنولوژیک، طراحی وبسایت، و درنهایت ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی؛ تا بر مبنای آن‌ها بتوان کسب‌وکارهای اطلاعاتی و الکترونیک را به نوعی برنامه‌ریزی نمود که اولاً: بیشترین اثربخشی و کارایی را در ارائه سرویس‌ها و خدمات اطلاعاتی جهت برطرف‌سازی نیاز مراجعان و کاربران داشته باشند. ثانیاً: منجر به اشتغال‌زایی کارکنان و دست‌اندرکاران این مشاغل اطلاعاتی و الکترونیک شود. ثالثاً: برای افراد دارای پتانسیل کار با فضاهای اطلاعاتی و الکترونیک به نوعی باب کارآفرینی و کسب درآمد و تولید ثروت (کارآفرینی اطلاعاتی)^۱، باز گردد. در حقیقت مسئله پژوهش این است که از طریق ارزشیابی و نظرسنجی کارکنان و دریافت نقاط ضعف و قوت چنین محیط‌های اطلاعاتی از دیدگاه دست‌اندرکاران دریابیم تا چه حد می‌توان از طریق رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه‌ها در نظام‌های اطلاعاتی‌ای نظیر سایت‌های مورد مطالعه که در نظر دارند به نحوی شایسته به سامانه‌های خود، مجموعه و بسته‌های اطلاعاتی را در قالب فرمت‌های مختلف اضافه نمایند، به قصد ارائه خدمات اطلاع‌رسانی به کاربران کمک نمود تا بتوانند با عملکرد صحیح، و هدفمند، کارایی مجموعه‌ها و نظام‌های اطلاع‌رسانی خود را در سطحی وسیع گسترش دهند. به بیانی ساده‌تر هدف این است که با مطرح کردن این مسئله و آگاهی از میزان نقش هر یک از مؤلفه‌های موفقیت در برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت پروژه، بتوان اطلاعات روی وبسایت‌های مزبور را به عنوان جزئی از کل یک جامعه آماری قابل تعمیم، به نحوی مناسب مدیریت نمود تا صاحبان مشاغل الکترونیک چه در این

پایگاه‌ها، چه در سایر نظام‌های اطلاعاتی بتوانند بر مبنای میزان نقش هر یک از این مؤلفه‌ها بر برنامه‌ریزی استراتژیک، پروژه‌های مدیریت اطلاعات خود را پیاده‌سازی و اجرا و اداره نمایند تا منجر به بهبود عملکرد و کارآیی اثربخش در نظام‌های اطلاعاتی خود گردند. با این تفاسیر پس از مرور اجمالی مؤلفه‌های پژوهش، در ادامه جهت درک بهتر نحوه مدیریت چنین پروژه‌هایی به بررسی پیشینه و سوابق کار شده در چنین حوزه‌های اطلاعاتی و الکترونیکی پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

واعظ‌قاسمی و زادشفق (۱۳۹۸) طی پژوهشی با عنوان «اثر متقابل رفتارهای رهبری استراتژیک و فرهنگ سازمانی در هماهنگی استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی و کسب‌وکار و ادغام سیستم‌های سازمانی» ۴۲۲ نفر از ۷۲۱ نفر مدیران را که با سیستم‌های اطلاعاتی سروکار داشتند، از طریق جدول مورگان به عنوان حجم نمونه انتخاب کردند و به وسیله پرسشنامه مورد سنجش قرار دادند و به روش پیمایشی توصیفی به شناخت اثر نوآوری، خلق تکنولوژی، مدیریت کیفیت، قابلیت مدیریت اطلاعات بر روی عملکرد سازمانی پرداخته و دریافتند که چهار فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی همگی در سطح اطمینان ۳۳ درصد تأیید شدند.

ابوترابی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی کاربردی به لحاظ هدف، توصیفی پیمایشی به لحاظ ماهیت، و مطالعه میدانی و کتابخانه‌ای به لحاظ روش تحت عنوان «اثر رهبری استراتژیک بر عملکرد سازمان» از طریق بررسی ابعاد و مؤلفه‌های مفهوم اثر رهبری استراتژیک بر عملکرد سازمان دریافتند که با افزایش برنامه‌های مدیریت استراتژیک و مدیریت عملکرد در سازمان‌ها، ضرورت طرح متد جامع جهت مدیریت و بهبود عملکرد بیش از پیش آشکار شده و نتایج نشان می‌دهد که ابعاد مدیریت استراتژیک (تفکر استراتژیک، توسعه سرمایه انسانی، و تحلیل محیط سازمان) بر ابعاد عملکرد سازمان (مزیت رقابتی، سودآوری، و نوآوری) اثر مثبت دارد.

نائیجی، عالم‌نجفی، و نورانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود به «تأثیرگرایش استراتژیک بر رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با میانجی‌گری عملکرد برند و بازار» تعداد ۸۰

شرکت دانش‌بنیان را به عنوان نمونه پژوهش شامل شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران انتخاب نمودند و برای بررسی مدل پژوهش از آزمون معادلات ساختاری استفاده نمودند. نتایج نشان داد که جهت‌گیری استراتژیک کسب‌وکارها و گرایش به کارآفرینی، نوآوری و بازار بر عملکرد برند شرکت‌ها تأثیر معناداری داشته و گرایش به بازار به همراه گرایش به نوآوری موجب رشد کسب‌وکارها می‌شوند.

احمدیان (۱۳۹۵) نیز در پایان‌نامه ارشد خود تحت عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک کسب‌وکارهای الکترونیک در ایران» ۴۸۳ نفر از کارشناسان و متخصصان در زمینه مدیریت و مدیران تجارت الکترونیک را به روش نمونه‌گیری در دسترس و گلوله برفی انتخاب و از طریق ابزار پرسشنامه مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که ابعاد مدیریتی، تکنولوژی و مشتریان بیشترین تأثیر، و بعد فرهنگی و اجتماعی کمترین تأثیر را در برنامه‌ریزی استراتژیک کسب‌وکارهای الکترونیک دارند و بعد اقتصاد تأثیری بر موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک کسب‌وکار الکترونیک ندارند. بنابراین کسب‌وکار الکترونیک فرصتی است جهت رسیدن به بهره‌وری و اثربخشی به عنوان مزیت رقابتی و از عوامل موفقیت جهت بقا ضرورت وجود برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکار الکترونیک است.

ضیایی (۱۳۹۵) در رساله خود به «بررسی اثر هم‌راستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب‌وکار بر روی عملکرد شرکت تجارت الکترونیک پارسیان کیش» پرداخت و تمام ۳۵ نفر اعضای شرکت را به روش توصیفی مورد سنجش قرار داد و نشان داد که ارتباطات بر تسهیم دانش؛ پیچیدگی برنامه‌ریزی بر پیچیدگی مدیریت فناوری اطلاعات؛ یکپارچگی بین بخشی و موفقیت فناوری اطلاعات، پیچیدگی مدیریت فناوری اطلاعات، و ساختار سازمانی همگی بر هم‌راستایی استراتژیک و در نهایت هم‌راستایی استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

اوجها، پاتل، و سریدهاران^۱ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «برنامه‌ریزی استراتژیک پویا؛ قابلیت‌های عملیاتی؛ عملکرد مالی؛ قابلیت‌های پویا» با استفاده از چارچوب برنامه‌ریزی

انعطاف‌پذیر، و یک مقیاس برنامه‌ریزی استراتژیک پویا به بررسی ۲۶۷ شرکت کوچک و متوسط در ایالات متحده پرداختند و تأثیر واسطه‌گری قابلیت‌های عملیاتی (ایمنی در برابر فاجعه، نوآوری، کیفیت محصول، اعتبار تحویل، انعطاف‌پذیری فرایند و مدیریت هزینه) را بین مقیاس برنامه‌ریزی استراتژیک پویا (شفافیت چشم‌انداز، درک قابلیت‌های اصلی، انتخاب اهداف استراتژیک، مسئولیت مشترک و اقدام) و عملکرد مالی تست نمودند و دریافتند که توانایی پایین برای تشخیص و استفاده از فرصت‌های نوظهور می‌تواند باعث ناکارایی استراتژیکی، کوتاه‌نظری استراتژیکی، منابع محدود و میانه‌روی مدیریتی در بین سایرین شود.

شائو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر متقابل رفتارهای رهبری استراتژیک و فرهنگ سازمانی بر هم‌ترازی استراتژیک و جذب سیستم‌های سازمانی» دریافتند که تأثیر آرمانی و رفتارهای محرک رهبری انگیزشی راه قابل توجهی برای ادغام راهبردی سیستم اطلاعاتی- تجاری است، و فرهنگ انعطاف‌پذیری محور رابطه بین رفتارهای رهبری استراتژیک و هم‌ترازی استراتژیک سیستم اطلاعاتی کسب‌وکار را تعدیل می‌کند، و فرهنگ کنترل‌محور روابط مسیر را به طور منفی تعدیل می‌کند و در نهایت رهبری و هم‌ترازی استراتژیک در سیستم اطلاعاتی کسب‌وکار نقش دارند.

دنکور، دنکور، و کوارتنگ^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «برنامه‌ریزی استراتژیک و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در غنا: اثر تعدیل‌کننده پویایی بازار» طی روشی کمی و نمونه‌گیری هدفمند ۲۰۰ شرکت تولیدی و خدماتی کوچک و متوسط در غنا را انتخاب نموده و آزمایش فرضیه‌ها را بر مبنای تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه سلسله‌مراتبی انجام داده و نشان دادند که کاربرد مداوم روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک مؤثر در پیشرفت عملکرد این شرکت‌ها و پویایی بازار، تنها هنگامی که برنامه‌ریزی استراتژیک وجود داشته باشد، بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذار است.

گاروود و پوول (۲۰۱۸) در مقاله خود تحت عنوان «بررسی مدیریت پروژه در قالب مدیریت اطلاعات در پژوهش‌های بین‌رشته‌ای» دریافتند که در پرسش‌های پژوهش مطالعه

1. Shao

2. Donkor, Donkor & Kwarteng

موردی نکات متعددی مورد بررسی قرار می‌گیرد: الف) نقش مدیریت پروژه در پژوهش میان‌رشته‌ای مبتنی بر سرمایه‌گذاری عام؛ ب) پیش‌نیاز مدیریت پروژه در ساختارهای کمک مالی؛ ج) مستندسازی مدیریت پروژه بالقوه که ممکن است برای افزایش قابلیت پشتیبانی پژوهش میان‌رشته‌ای مبتنی بر سرمایه‌گذاری عام و دسترسی عمومی به کار رود.

پاپک شیلدز و بویررایت^۱ (۲۰۱۷) نیز در مطالعه پژوهشی خود با عنوان «مشخصه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک اعمال شده در مدیریت پروژه» به کاربرد مشخصه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیکی و تولید استراتژیکی، تا مدیریت پروژه پرداختند و دریافتند که مشخصه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند در چارچوب مدیریت پروژه مدونی اعمال شده و با توجه به روابط رفتارهای مدیریت پروژه، دیدگاه مفید بالقوه‌ای را برای موفقیت نهایی پروژه ارائه دهد.

سانچز و ترلیزی^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «عوامل موفقیت مدیریت پروژه هزینه و زمان برای پروژه‌های توسعه سیستم‌های اطلاعاتی» به بررسی یک نمونه واقعی از ۸۹۹ پروژه سیستم‌های اطلاعاتی در یک بانک پیشرو پرداختند که با استفاده از مدل‌های سلسله‌مراتبی تحلیل نمودند و دریافتند که توسعه سیستم‌های اطلاعاتی راهکار موفقیت در بخش‌های فناوری اطلاعات است. با این حال تخصصی‌سازی لازم در این زمینه بدون مشکل نیست و براساس نگرش‌های ۳۲۳۴ نفر متخصص مدیریت پروژه، ۲۰۰ مدیر اجرایی ارشد و ۵۱۰ مدیر دفتری مدیریت پروژه از بسیاری از صنایع، ۱۹٪ از همه پروژه‌ها شکست می‌خورند و بیشتر از ۵۲٪ از کل، کمبود بودجه یا خزش حیطه را نشان داده‌اند.

لیپیتاکیس و فیلیپس^۳ (۲۰۱۶) در پژوهش «عملکرد و برنامه‌ریزی استراتژی کسب‌وکار الکترونیکی: مطالعه‌ای تطبیقی از انگلستان و یونان» به بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی سازمان‌ها با توجه به پارامترهای برنامه‌ریزی استراتژیکی «مدل فیلیپس» هنگام اعمال روی برنامه‌ریزی استراتژی کسب‌وکار الکترونیکی پرداختند و روابط بین پارامترهای رسمیت، مشارکت، پیچیدگی و دقت، و نیز عملکرد مالی و غیر مالی بررسی شد و طی روشی کمی

-
1. Papke-Shields & Boyer-Wright
 2. Sanchez & Terlizzi
 3. Lipitakis & Phillips

و تست چهار فرضیه پژوهش و آنالیز تحلیلی آماری، نتایج عددی مقایسه‌ای نشان داد که در مدل کسب‌وکار الکترونیکی پیشنهادی در دو کشور، مشارکت دارای رابطه مثبتی با عملکرد مالی بوده و رسمیت دارای رابطه‌ای مثبت با عملکرد غیر مالی است.

بنابراین در راستای شناخت بهتر مسائل و نیاز به ضرورت حل مسئله در پژوهش حاضر با استفاده از پیشینه‌های بررسی شده، می‌توان به پرسش‌های زیر در جهت دستیابی به پاسخ حل مسئله پرداخت.

۱. نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیکی (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟
۲. نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیکی (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟
۳. کدامیک از مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک (مدیریت، منابع انسانی و زنجیره تأمین‌کنندگان، عوامل راهبردی) در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیکی (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) از اهمیت بیشتری برخوردار هستند؟
۴. نقش مدیریت پروژه در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیکی (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟
۵. کدامیک از مؤلفه‌های مدیریت پروژه (عوامل تکنولوژیک، طراحی وب‌سایت، و بعد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی) در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیکی (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) از اهمیت بیشتری برخوردار هستند؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ اجرای فرایند پژوهش، به روش توصیفی-پیمایشی صورت گرفته است. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ^۱ بهره گرفته شد که نتایج به دست آمده بر روی ۷۵ نفر از صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) نشان داد که ضریب آلفا برای بخش برنامه‌ریزی استراتژیک با ۱۲ پرسش برابر با ۰/۸۸۸، برای بخش مدیریت پروژه با ۱۴ پرسش برابر با ۰/۸۸۹ و برای بخش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه با ۲۰ پرسش برابر با ۰/۹۳۶ است. همچنین جهت بررسی روایی پرسشنامه مذکور با استفاده از روش همسانی درونی^۲ روایی سازه^۳ نتایج ضریب همبستگی هر یک از مؤلفه‌های مطرح شده در بخش برنامه‌ریزی استراتژیک پرسشنامه با نمره کل این بخش نشان داد که همبستگی نمره کل با مؤلفه مدیریت (r= ۰/۸۰۹) و منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان (r= ۰/۹۸۹) در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. این در حالی است که همبستگی بین هریک از پرسش‌های مدیریت با نمره کل در دامنه بین ۰/۷۰ و ۰/۷۴ و منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان در دامنه بین ۰/۵۵ تا ۰/۷۳ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بوده‌اند. رابطه هر یک از مؤلفه‌های قید شده در بخش مدیریت پروژه با نمره کل این بخش بیان‌گر آن بود که همبستگی نمره کل با مؤلفه بعد فرهنگی و اجتماعی (r= ۰/۹۶۱) و بعد اقتصادی (r= ۰/۹۱۶) در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. علاوه بر آن همبستگی بین هریک از پرسش‌های مؤلفه بعد فرهنگی و اجتماعی با نمره کل در دامنه بین ۰/۵۹ تا ۰/۷۶ و بعد اقتصادی در دامنه بین ۰/۴۱ تا ۰/۶۸ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بوده است و در نهایت رابطه هر یک از مؤلفه‌های عنوان شده در بخش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه با نمره کل این بخش دال بر آن بود که همبستگی نمره کل با مؤلفه عامل راهبردی (r= ۰/۹۳۳)، عامل تکنولوژیک (r= ۰/۹۱۲) و طراحی وبسایت (r= ۰/۸۸۳) در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. همچنین همبستگی بین هریک از پرسش‌های مؤلفه عامل

-
1. Cronbach's Coefficient alpha
 2. internal consistency
 3. construct validity

راهبردی با نمره کل در دامنه بین ۰/۵۶ تا ۰/۷۷، عامل تکنولوژیک در دامنه بین ۰/۵۹ تا ۰/۷۷ و طراحی وبسایت در دامنه بین ۰/۶۲ تا ۰/۷۳ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار بوده است.

با توجه به این امر می‌توان چنین نتیجه گرفت که هر سه بخش پرسشنامه مذکور از روایی سازه بالایی برخوردار هستند. جامعه آماری پژوهش نیز شامل ۹۰ نفر از صاحبان مشاغل و کسب و کار الکترونیک است که به عنوان نمونه در دسترس و به روش غیرتصادفی ساده از میان مؤسسان پایگاه‌ها و وبسایت‌های اطلاعاتی و الکترونیک، فروشگاه‌های دیجیتال، و عرضه‌کنندگان خدمات و محصولات اطلاعاتی الکترونیک انتخاب شدند. سپس پرسشنامه ۴۶ پرسشی محقق ساخته در بین آن‌ها توزیع گردید و در نهایت ۷۵ پرسشنامه جمع شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و در بخش استنباطی از آزمون تی تک متغیری جهت سنجش میزان نقش هر یک از مؤلفه‌ها و از آزمون فریدمن جهت تعیین اهمیت و مقایسه هر یک از زیرمؤلفه‌ها به کمک نرم‌افزار اسپس^۱ بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش مبنی بر پرسش‌های پژوهش به شرح جداول ذیل است:

در پاسخ به پرسش‌های فرعی پژوهش:

۲. نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟

1. SPSS

جدول ۱: نتایج آزمون t تک متغیری جهت بررسی میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

ویژگی‌های آماری متغیر	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب و کارهای نوین	۴۹/۰۵	۷/۳۴	۷۵	۳۶	۱۳/۰۵	۱۵/۴	۷۴	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از جدول ۱ نشان‌دهنده آن بود که در مجموع مابین میانگین‌های مشاهده شده و فرضی میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی تفاوت معناداری در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ وجود دارد ($P < ۰/۰۱$ و $t_{74} = ۱۵/۴$)؛ و لذا می‌توان چنین گزارش داد که میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک به صورت معناداری بیشتر از حد متوسط بوده و برنامه‌ریزی استراتژیک از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک و وبسایت‌های مورد مطالعه تا حد زیادی (۶۸ درصد) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است. ۳. کدامیک از مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک (مدیریت، منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان، عوامل راهبردی) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده کاوان هوشمند و راهبری اصیل) از اهمیت بیشتری برخوردار است؟

به جهت آن که تعداد پرسش‌های هر یک از مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک از یکدیگر متفاوت بوده و به منظور حفظ قابلیت مقایسه نمرات مؤلفه‌ها، میانگین پاسخ‌های داده شده به پرسش‌های هر مؤلفه به عنوان نمره آن مؤلفه در نظر گرفته شد و سپس بر تعداد پرسش‌های هر مؤلفه تقسیم گردید. به این ترتیب میانگین نمرات هر مؤلفه نیز جهت مقایسه با دیگر مؤلفه‌ها در بازده ۱ تا ۵ قرار گرفت.

جدول ۲: داده‌های توصیفی و نتایج آزمون فریدمن جهت مقایسه مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وب‌سایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

ویژگی‌های آماری مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	میانگین رتبه‌ها	اولی‌ها	تعداد	χ^2	درجه آزادی	سطح معناداری
۱ مدیریت منابع انسانی و زنجیره تامین کنندگان	۲/۶۴	۰/۴۸	۰/۰۶	۱/۰۷	۳				
۲ عوامل راهبردی	۳/۶۹	۰/۵۶	۰/۰۶	۲/۶۵	۱	۷۵	۱۰۳/۲۳	۲	۰/۰۰۰
۳	۳/۵۷	۰/۶۳	۰/۰۷	۲/۲۸	۲				

همان‌طور که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، مابین میانگین رتبه مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک تفاوت‌هایی از یکدیگر وجود داشته، به گونه‌ای که میانگین رتبه مؤلفه منابع انسانی و زنجیره تامین کنندگان ($\bar{x}_j = 2/65$) از میانگین رتبه سایر مؤلفه‌های مطرح شده بیشتر بوده است. از آنجا که توزیع آزمون فریدمن با درجه آزادی $d.f = k - 1$ تقریباً با توزیع آزمون مجذورکا با همان درجه آزادی یکسان است، بنابراین مقدار آزمون فریدمن حاصله را با مقدار آزمون مجذورکای جدول مقایسه می‌نماییم. به جهت آن که مقدار آزمون فریدمن محاسبه شده ($\chi^2_p = 103/23$) از مقدار آزمون مجذورکای جدول ($\chi^2 = 71$) با درجه آزادی ۲ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ بزرگتر است؛ در نتیجه مابین مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی تفاوت معناداری وجود داشته و با توجه به نتایج حاصله در این زمینه درمی‌یابیم که صاحبان مشاغل الکترونیک وب‌سایت‌های مورد مطالعه گزارش داده بودند که مؤلفه منابع انسانی و زنجیره تامین کنندگان بیش از سایر مؤلفه‌های مطرح شده در این زمینه از اهمیت بیشتری برخوردار است.

۴. نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟

جدول ۳: نتایج آزمون t تک متغیری جهت بررسی میزان نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

ویژگی‌های آماری متغیر	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین	۵۶/۳۲	۸/۵۷	۷۵	۴۲	۱۴/۳۲	۱۴/۴۷	۷۴	۰/۰۰۰

همانطور که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد، مابین دو میانگین مشاهده شده و فرضی میزان نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی تفاوت معناداری در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ وجود دارد ($P < ۰/۰۱$ و $t_{74} = ۱۴/۴۷$)؛ بر این اساس می‌توان چنین عنوان نمود که میزان نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی به صورت معناداری بالاتر از حد متوسط بوده و یافته‌ها مؤید آن بودند که مدیریت پروژه از نظر صاحبان مشاغل الکترونیک وبسایت‌های مورد مطالعه تا حد زیادی (۶۷ درصد) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است.

۵. کدامیک از مؤلفه‌های مدیریت پروژه (عوامل تکنولوژیک، طراحی وبسایت، و بعد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) از اهمیت بیشتری برخوردار هستند؟

جدول ۴: داده‌های توصیفی و نتایج آزمون فریدمن جهت مقایسه مؤلفه‌های مدیریت پروژه در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی ازدیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

ردیف	ویژگی‌های آماری مؤلفه‌های مدیریت پروژه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	میانگین رتبه‌ها	اولویت‌ها	تعداد	χ^2	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	عوامل فرهنگی و اجتماعی	۳/۵۲	۰/۶	۰/۰۷	۳/۰۸	۱	۷۵	۳۲/۴۴	۴	۰/۰۰۰
۲	بعد اقتصادی	۳/۴	۰/۵۲	۰/۰۶	۲/۴	۲	۷۵	۳۲/۴۴	۴	۰/۰۰۰
۳	عوامل تکنولوژیک	۳/۲۴	۰/۶۲	۰/۰۷	۱/۹۱	۳	۷۵	۳۲/۴۴	۴	۰/۰۰۰
۴	طراحی وبسایت و ویژگی‌های آماری مؤلفه‌های مدیریت پروژه	۳/۴۳	۰/۶۶	۰/۰۸	۲/۶۱	۴	۷۵	۳۲/۴۴	۴	۰/۰۰۰

بنابر نتایج به دست آمده از جدول ۴ مابین میانگین رتبه مؤلفه‌های مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک از یکدیگر تفاوت‌هایی ملاحظه می‌گردد. به طوری که میانگین رتبه مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی ($\bar{x}_j = 3/08$) در مقایسه با میانگین رتبه دیگر مؤلفه‌های عنوان شده در این مورد بیشتر بوده است. علاوه بر آن، نتایج حاصله از آزمون فریدمن نیز که مقدار کسب شده ($x_p^2 = 32/44$) از مقدار آزمون مجذور کای جدول ($11x^2 = 34$) با درجه آزادی ۳ در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ بزرگتر است. لذا می‌توان گفت که مابین مؤلفه‌های مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی تفاوت معناداری وجود داشته و صاحبان مشاغل الکترونیک وبسایت‌های مورد مطالعه نشان داده بودند که مؤلفه‌های عوامل فرهنگی و اجتماعی نسبت به سایر مؤلفه‌های ذکر شده در این مورد از اهمیت بیشتری برخوردار است.

در پاسخ به پرسش اول که در واقع پرسش اصلی پژوهش است:

۱. نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل) به چه میزان است؟

جدول ۵: نتایج آزمون t تک متغیری جهت بررسی میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده‌کاوان هوشمند و راهبری اصیل)

ویژگی‌های آماری متغیر	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطای نوع دوم
میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین	۸۰/۲	۱۳/۵۱	۷۵	۶۰	۲۰/۲	۱۲/۹۵	۷۴	۰/۰۰۰

نتایج کسب شده از جدول ۵ بیان‌گر آن بود که در کل مابین میانگین‌های مشاهده شده و فرضی نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی تفاوت معناداری در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ وجود دارد ($P < ۰/۰۱$ و $t_{74} = 12/95$)؛ بنابراین می‌توان چنین اظهار نمود که میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی به صورت معناداری از حد متوسط بیشتر بوده و برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه تا حد زیادی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک وب‌سایت‌های مورد مطالعه (۶۷ درصد) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که جایگزین منطقی یک فرایند به خوبی آزمایش شده، برنامه‌ریزی استراتژیک است، بنابراین یک فرایند گام به گام با اهداف مشخص و محصولات نهایی می‌تواند تحت عنوان مدیریت پروژه از طریق برنامه‌ریزی استراتژیک مناسب به خوبی اجرا و ارزیابی شود. همان‌طور که قبلاً نیز ذکر گردید پژوهش حاضر ترکیبی است از برنامه‌ریزی استراتژیک عوامل موفقیت به هنگام مدیریت پروژه‌های کسب و کارهای الکترونیک که منجر به دیدگاه ۶۷ درصدی صاحبان مشاغل الکترونیک در مطالعه موردی پژوهش مزبور گردید. در این راستا ابتدا جهت درک بهتر پژوهش‌های به عمل آمده در این خصوص به مقایسه پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین پرداخته و در ادامه به بررسی جزئیات حاصل از مطالعه مؤلفه‌های پژوهش جهت ارائه راهکارها و پیشنهادهای کاربردی پرداخته می‌شود.

نتایج پژوهش حاضر به لحاظ بررسی مؤلفه‌ها و عوامل موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت پروژه و نقش آن‌ها در کسب و کارهای اطلاعاتی و الکترونیک با پژوهش احمدیان (۱۳۹۵)، ضیایی (۱۳۹۵)، پاپک‌شیلدز و بویررایت (۲۰۱۷)، سانچز و تولیزی (۲۰۱۷)، لپییتاکیس و فیلیس (۲۰۱۶) هم‌سو است. همچنین با نتایج پژوهش نائیجی، عالم‌نجفی، و نورانی (۱۳۹۷)، واعظ‌قاسمی و زادشفق (۱۳۹۸)، شائو و همکاران (۲۰۱۹)، دنکور، دنکور، و کوارتنگ (۲۰۱۸)، به لحاظ بررسی رهبری و هم‌ترازی استراتژیک که در سیستم‌ها و کسب و کارهای اطلاعاتی نقش دارند، هم‌راستا است اما از سویی با مؤلفه‌های پژوهش پژوهش نائیجی و همکاران (۱۳۹۷) که مدیریت استراتژیک را از ابعاد کارآفرینی،

نوآوری و بازار بر عملکرد برند شرکت‌ها بررسی کرده و واعظ‌قاسمی و زادشفق (۱۳۹۸) که به شناخت اثر نوآوری، خلق تکنولوژی، مدیریت کیفیت، قابلیت مدیریت اطلاعات پرداخته، ناهم‌خوان است. در عین حال پژوهش حاضر به لحاظ بررسی ابعاد مدیریت استراتژیک (تفکر استراتژیک، و سرمایه انسانی) با پژوهش ابوترابی و همکاران (۱۳۹۷) هم‌راستا است، اما در بررسی ابعاد عملکرد سیستم (مزیت رقابتی، سودآوری، و نوآوری) هم‌خوان نیست. در عین حال، با وجود این که به لحاظ بررسی برنامه‌ریزی استراتژیک با پژوهش اوجها، پاتل، و سریده‌اران (۲۰۱۹) هم‌سو است، اما با مؤلفه‌های این پژوهش که به قابلیت‌های عملیاتی، عملکرد مالی، و قابلیت‌های پویا پرداخته‌اند هم‌راستا نیست. در آخر نیز با پژوهش گاروود و پوول (۲۰۱۸) به لحاظ بررسی مدیریت پروژه در قالب مدیریت اطلاعات هم‌سو می‌باشد، اما در پرداختن به برنامه‌ریزی استراتژیک هم‌راستا نمی‌باشد.

در مجموع، پس از بررسی‌های به‌عمل آمده می‌توان چنین گزارش داد که میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک در کسب و کارهای نوین از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک مورد مطالعه به صورت معناداری بیشتر از حد متوسط بوده (تی تک متغیره ۱۵/۱۳) و برنامه‌ریزی استراتژیک تا حد زیادی (۶۷٪) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است. از طرفی، بررسی‌های به‌عمل آمده نشان داد که مابین زیر مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک، میانگین رتبه مدیریت (۱/۰۷)، منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان (۲/۶۵)، عوامل راهبردی (۲/۲۸)، در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک وبسایت‌های مورد مطالعه تفاوت معناداری وجود داشته و اذعان می‌شود که میانگین رتبه زیرمؤلفه منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان برابر با (۲/۶۵) و از سایر زیرمؤلفه‌های مطرح شده در برنامه‌ریزی استراتژیک بیشتر بوده و نسبت به سایر زیرمؤلفه‌های مطرح شده در این زمینه از اهمیت بیشتری برخوردار است. میزان نقش مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین از نظر صاحبان مشاغل الکترونیک نیز به صورت معناداری بالاتر از حد متوسط بوده (تی تک متغیره ۱۴/۲۷) و یافته‌ها مؤید آن بودند که مؤلفه مدیریت پروژه نیز تا حد زیادی (۶۷٪) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است. بنابراین جهت درک بهتر نقاط مثبت و منفی تأثیر مؤلفه‌ها به بررسی میانگین رتبه زیر مؤلفه‌های مدیریت پروژه در کسب و کارهای

نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک مورد مطالعه پرداخته شد و نتایج بیانگر آن بود که میانگین رتبه زیر مؤلفه عوامل فرهنگی و اجتماعی (۳/۰۸)، بعد اقتصادی (۲/۴)، عوامل تکنولوژیک (۱/۹۱)، طراحی وب سایت (۲/۶۱) است و مابین مؤلفه‌های مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین تفاوت معناداری وجود داشته و می‌توان گفت که از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک عوامل فرهنگی و اجتماعی با میانگین رتبه (۳/۰۸) نسبت به سایر زیر مؤلفه‌های مدیریت پروژه از اهمیت بیشتری برخوردار است.

در نهایت می‌توان چنین اظهار نمود که میزان نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک به صورت معناداری از حد متوسط (تی تک متغیره ۱۵/۰۵) بیشتر بوده و برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه تا حد زیادی (۶۷٪) در کسب و کارهای نوین اطلاعاتی نقش داشته است. بنا بر شواهد به عمل آمده، همه فعالیت‌های مرتبط با کسب و کارهای نوین اطلاعاتی جهت توفیق عمل، نیازمند برنامه‌ریزی استراتژیک هستند تا مدیریت پروژه‌های اطلاعاتی منجر به بهبود عملکرد و کارایی اثربخش و سودرسانی گردند. لازم به ذکر است که دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک به کسب و کارشان با توجه به آمار ۶۷ درصدی، صرفاً به منظور برداشت موفقیت‌آمیز آن‌ها از عملکرد خودشان نبوده و در واقع سطح انتظاری است که نسبت به مؤلفه‌های پژوهش در کار خود دارند، بنابراین در اینجا با بررسی میزان اهمیت هر یک از زیر مؤلفه‌ها از دیدگاه این افراد به بررسی نقاط ضعف و قوت مجموعه در راستای تعدیل‌سازی و ارائه پیشنهادهایی در جهت حل مسئله پرداخته می‌شود.

با توجه به این که میانگین رتبه زیر مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک عبارت‌اند از: مدیریت (۱/۰۷)، منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان (۲/۶۵)، عوامل راهبردی (۲/۲۸)؛ می‌توان اذعان داشت که توجه به منابع انسانی و برطرف ساختن نیازهای اطلاعاتی‌شان از دیدگاه صاحبان مشاغل به جهت برنامه‌ریزی در راه‌اندازی یک سیستم و پروژه کسب و کار الکترونیک در اولویت قرار دارد، بنابراین زنجیره تأمین کنندگان نیز به عنوان منابع و نیروی انسانی باید در راستای فراهم‌سازی نیازهای اطلاعاتی کاربران قرار گیرد تا یک پروژه اطلاعاتی به راحتی سمت‌وسوسازی و جهت‌گیری شود. در مرحله دوم عوامل راهبردی

(۲/۲۸) و سپس مدیریت (۱/۰۷) را در برنامه‌ریزی استراتژیک جهت مدیریت پروژه مؤثر دانسته‌اند و این در حالی است که تا مدیریت صحیح و عوامل راهبردی در مدیریت نباشد، نمی‌توان زنجیره تأمین کنندگان را در راستای برطرف‌سازی نیازهای منابع انسانی دخیل در پروژه چه کاربران به لحاظ نیازهای اطلاعاتی‌شان، و چه کارکنان به لحاظ نیازهای اقتصادی‌شان مدیریت و تأمین نمود. بنابراین پیشنهاد می‌شود جهت عدم تضعیف و انحلال سیستم‌های مورد مطالعه و گسترش سایر بخش‌های آن‌ها که در نهایت منجر به رونق کار با هدف اطلاع‌رسانی می‌گردد، ابتدا بر مدیریت تأکید بیشتری گردد که مبنای اصلی برنامه‌ریزی و اداره کردن یک پروژه است، سپس بر عوامل راهبردی. عوامل راهبردی پایه اصلی برنامه‌ریزی، پس از وجود مدیریت صحیح است که در اینجا از دیدگاه صاحب‌نظران در جای درست خود واقع شده است. پس از عوامل راهبردی، بر منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان باید تأکید شود که بر مبنای پیاده‌سازی اصول صحیح مدیریت و ارائه و اجرای عوامل راهبردی، می‌توان به نیازهایشان پاسخ داد.

درخصوص زیرمؤلفه‌های مدیریت پروژه نیز میانگین رتبه‌ها برابرند با عوامل فرهنگی و اجتماعی (۳/۰۸)، بعد اقتصادی (۲/۴)، عوامل تکنولوژیک (۱/۹۱)، طراحی وب‌سایت (۲/۶۱)؛ که در وب‌سایت‌های مورد مطالعه از دیدگاه صاحبان مشاغل بالاترین نقش مربوط به عوامل فرهنگی و اجتماعی است و قاعدتاً با توجه به بالاترین اهمیت که در برنامه‌ریزی استراتژیک برای منابع انسانی و زنجیره تأمین کنندگان قائل شدند، قابل تعمیم‌ترین ابعاد به افراد شامل عوامل فرهنگی و اجتماعی می‌گردد. این خود بیانگر آن است که دست‌اندرکاران در راه‌اندازی این سیستم‌های اطلاعاتی بیشترین تمرکز خود را در بهبود کارایی و اثربخشی و ارتقای عملکردشان بر روی نیازها و سلیق افراد سرمایه‌گذاری کرده‌اند که نکته بسیار مثبت و ثمربخشی است؛ اما با توجه به میزان سایر میانگین رتبه‌ها که طراحی وب‌سایت (۲/۶۱) و سپس بعد اقتصادی (۲/۴) به لحاظ قوت در رتبه مناسب و ترتیب منطقی قرار دارند، پیشنهاد می‌شود درخصوص عوامل تکنولوژیک نیز که برای صاحبان مشاغل الکترونیک به واسطه کار مداوم با این زیرساخت‌های فناورانه اطلاعاتی، امری بدیهی و عادی محسوب می‌گردد و رتبه کمتری را به آن اختصاص داده‌اند، در نظر داشته باشند که عوامل

تکنولوژیک به عنوان بستر فراهم‌آوری زیرساخت‌های اطلاعاتی در رده‌های اصلی اهمیت و توجه قرار نگیرند چراکه منجر به تضعیف و عدم به روزرسانی آن‌ها گشته، با پیشرفت‌های تکنولوژیک همگام‌سازی نمی‌گردند، پایه و مبنای مهارت و مشاغل خود را متزلزل و ضعیف نموده و به تدریج زمام امور در مشاغل خود را از دست خواهند داد.

بدین ترتیب در پژوهش حاضر سعی بر آن است که با تقویت نقاط ضعف و پایدار نگه‌داشتن نقاط مثبت از طریق برنامه‌ریزی صحیح استراتژیک به ویژه با تأکید بر زیرمؤلفه‌های پژوهش و ارائه خدمات به کاربران و تأمین نگاه داشتن کارکنان، پروژه‌های اطلاعاتی قابل اجرا و پیاده‌سازی در وبسایت‌های مذکور را به نحوی مدیریت نمایند که در نهایت منجر به بقا و بهبود عملکرد و کارایی اثر بخش چنین سیستم‌های اطلاعاتی گردد.

قدردانی

با تشکر و سپاس از همراهی دست‌اندرکاران و مؤسسان وبسایت‌های مورد مطالعه که صبورانه پژوهشگران را در جمع‌آوری اطلاعات آماری یاری رساندند تا شاید بتوان هرچه بهتر در راستای ارائه خدمات اطلاعاتی به صورت الکترونیک با کمبودها و مشکلات و محدودیت‌های عملکرد از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک، مواجه شد و در رفع آن‌ها و تعمیم به جوامع آماری بزرگتر، به صورت روزافزون کوشید.

ORCID

Zohre Doogchi  <https://orcid.org/0000-0002-5449-9981>

MohammadJavad Tajik  <https://orcid.org/0000-0002-0236-6108>

منابع

- ابوترابی، زهرا؛ حاج اکبری، زینت؛ نظری، ناهید؛ شایگان، محسن (۱۳۹۷). اثر رهبری استراتژیک بر عملکرد سازمان. *پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری*، شماره ۱۳، ۱۵۱-۱۲۷.
- احمدیان، ایوب. (۱۳۹۵). *شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک کسب‌وکارهای الکترونیک در ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت (MBA) کارآفرینی گرایش استراتژی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی.

ضیایی، عماد. (۱۳۹۵). بررسی اثر همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار بر روی عملکرد شرکت مورد مطالعه، شرکت تجارت الکترونیک پارسیان کیش. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، گرایش: استراتژیک، دانشگاه پیام نور، مرکز تهران غرب.

طالب پور، علیرضا؛ ایوبی، اردکان و احمدی صدر، محمد. (۱۳۸۸). بررسی عوامل تأثیرگذار در بلوغ سازمان در رویکرد به کسب و کار الکترونیکی با استفاده از مدل ECM. مدیریت فناوری اطلاعات، ۲(۱)، ۸۵-۱۱۲.

لی، فنگ. (۱۳۹۵). کسب و کار الکترونیکی: بازآفرینی کسب و کار در عصر اطلاعات. ترجمه نور محمد یعقوبی، محمد صادق خاکسار، امین قره چاهی. سیستان و بلوچستان: نشر مرندیز. نائجی، محمدجواد؛ عالم نجفی، سید مصطفی و نورانی، سیده سیده. (۱۳۹۷). تأثیر گرایش استراتژیک بر رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط با میانجی گری عملکرد برند و بازار. مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۳۳، ۴۵-۷۴.

نعمتی، زهرا؛ خاشعی، وحید و دهقانان، حامد. (۱۳۹۴). درآمدی بر عوامل مؤثر در موفقیت برنامه ریزی استراتژیک از منظر نوآوری باز در شرکت های خدمات مشاوره. علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۵(۳)، ۵۹-۸۲.

واعظ قاسمی، محسن و زادشوق، محمدصادق. (۱۳۹۸). اثر متقابل رفتارهای رهبری استراتژیک و فرهنگ سازمانی در هماهنگی استراتژیک سیستم های اطلاعاتی و کسب و کار و ادغام سیستم های سازمانی. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۱۱۷(۱)، ۹۴-۱۲۱.

References

- ALhawamdeh, M. A. (2007). The Role of Knowledge Management in Building E-Business Strategy. *organization*, 9, 20.
- Donkor, Jacob., Donkor, George Nana Agyekum & Kwarteng, Collins Kankam. (2018). Strategic planning and performance of SMEs in Ghana The moderating effect of market dynamism. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship (Emerald insight)*, 12(1), 62-76.
- Garwood, Deborah A & Poole, Alex H. (2018). Project management as information management in interdisciplinary research: Lots of different pieces working together. *International Journal of Information Management (Elsevier)*, 41, 14-22.
- Gates, L. P. (2010). Strategic planning with critical success factors and future scenarios: An integrated strategic planning framework (No. CMU/SEI-

2010-TR-037). CARNEGIE-MELLON UNIV PITTSBURGH PA SOFTWARE ENGINEERING INST.

- Lipitakis, Alexandra & Phillips, Paul. (2016). On e-business strategy planning and performance: a comparative study of the UK and Greece. *Technology Analysis & Strategic Management (Routledge: Taylor & Francis Group)*, 28(3), 266-289.
- Ojha, Divesh ., Patel, Pankaj & Sridharan, Sri V.(2019). Dynamic strategic planning and firm competitive performance: A conceptualization and an empirical test. *International Journal of Production Economics*, Available online 7 October 2019, 1-16.
- Papke-Shields, Karen E & Boyer-Wright, Kathleen M.(2017). Strategic planning characteristics applied to project management. *International Journal of Project Management(Elsevier)*, 35,169–179.
- Sanchez,Otávio Próspero & Terlizzi, Marco Alexandre. (2017). Cost and time project management success factors for information systems development projects. *International Journal of Project Management(Elsevier)*, 35, 1608–1626.
- Shao, Zhen. (2019) Interaction effect of strategic leadership behaviors and organizational culture on IS-Business strategic alignment and Enterprise Systems assimilation. *International Journal of Information Management*, 44 (2019) 96–108.
- Abu Torabi, Zahra; Haj Akbari, Zinat; Nazari, Nahid & Shaygan, Mohsen. (2017). The effect of strategic leadership on organizational performance. *Quarterly Journal of New Researches in Management and Accounting*, No. 13, 127-151. [In Persian].
- Ahmadian, Ayoub. (2015). *Identifying and prioritizing the key success factors of electronic business strategic planning in Iran*. Master's thesis in the field of management (MBA), entrepreneurship, strategy orientation, Faculty of Management, Kharazmi University. [In Persian].
- Lee, Feng. (2015). *E-Business: Reinventing Business in the Information Age*. Translated by Noor Mohammad Yaqoubi, Mohammad Sadegh Khaksar, Amin Qarachahi. Sistan and Baluchistan, Marandiz Publishing. [In Persian].
- Naeji, Mohammad Javad; Alam Najafi, Seyyed Mustafa & Noorani, Sayedeh Sepideh. (2017). The effect of strategic orientation on the growth of small and medium businesses with the mediation of brand and market performance. *Strategic Management Studies Quarterly*, No. 33, 45-74. [In Persian].
- Nemati, Zahra; Khash'ei, Vahid & Dehghanian, Hamed. (2014). An introduction to the effective factors in the success of strategic planning from the perspective of open innovation in consulting service companies. *Scientific Research Quarterly of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 5(3), 59-82. [In Persian].

- Talebpour, Alireza; Ayoubi, Ardekan & Ahmadi Sadr, Muhammad. (1388). Investigating the influencing factors in the maturity of the organization in the approach to electronic business using the ECM model. *Information Technology Management*, 2(1), 85-112. [In Persian].
- Vaez Ghasemi, Mohsen & Zadshafaq, Mohammad Sadeq. (2018). The mutual effect of strategic leadership behaviors and organizational culture in the strategic coordination of information and business systems and the integration of organizational systems. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 17(1), 94-121. [In Persian].
- Ziaei, Emad. (2015). *Investigating the effect of strategic alignment of information technology and business on the performance of the studied company, Parsian Kish Electronic Commerce Company*. Thesis of master's degree in the field of executive management, orientation: strategic, Payam Noor University, West Tehran Center. [In Persian].



استناد به این مقاله: دوگچی، زهره. (۱۴۰۱). نقش برنامه‌ریزی استراتژیک بر مدیریت پروژه در کسب‌وکارهای نوین اطلاعاتی از دیدگاه صاحبان مشاغل الکترونیک (مطالعه موردی: وبسایت‌های داده کاوان هوشمند و راهبری اصیل). *بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۹(۳۲)، ۱۶۳-۱۸۹.



Knowledge Retrieval and Semantic is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License