

بررسی نقش محرک ها و نتایج ریسک پلتفرم دیجیتال در سرمایه گذاری های جدید بین المللی (INs) با تکیه بر نظریه هزینه تراکنش

بتول قهرمانی^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور مرکز کرج

چکیده

هدف: امروز با روند رو به رشد استفاده از پلتفرم های دیجیتال برای بین المللی سازی، مدیریت ریسک های پلت فرم های دیجیتال در بازارهای بین المللی به یک موضوع حیاتی تبدیل شده است. با این حال، تحقیقات دانشگاهی در این زمینه پراکنده است. در این راستا این تحقیق به بررسی نقش محرک ها و نتایج ریسک پلتفرم دیجیتال در سرمایه گذاری های جدید بین المللی با تکیه بر نظریه هزینه تراکنش پرداخته است. **روش:** پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی – پیمایشی از نوع علی است. جامعه آماری سطوح مدیریت شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران که حجم نمونه ۱۲۶ نفری از بین آنها انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده موردسنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها جمعیت شناختی و استخراج شاخصه ای مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS2 Smart3 استفاده شده است. **یافته ها:** ریسک پلتفرم دیجیتال نقش میانجی مثبت و معنی داری در عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی دارد. ریسک پلت فرم دیجیتال باعث کاهش دامنه بین المللی شدن سرمایه گذاری های جدید بین المللی می شود. **نتیجه گیری:** محرک های خلاء نهاد داخلی، عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی برای پشتیبانی و کاهش ریسک پلت فرم دیجیتال پشتیبانی ضروری است. این تحقیق در نهایت مفاهیم نظری و مدیریتی در حوزه ریسک پلت فرم دیجیتال و سرمایه گذاری های جدید بین المللی مورد بحث قرار می دهد.

واژه های کلیدی: خلاء نهاد داخلی، عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی، ویژگی محصول، حوزه بین المللی سازی

مقدمه

در حال حاضر کارآفرینی بین المللی به عنوان "کشف، تصویب، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها در سراسر مرزهای ملی برای ایجاد کالاها و خدمات آینده" تعریف شده است. (Jeana et al. 2020) سرمایه گذاری های جدید بین المللی استارت آپ های کارآفرینی هستند که از زمان تأسیس یا نزدیک به تأسیس، به دنبال کسب بخش قابل توجهی از درآمد خود از فروش محصولات در بازارهای بین المللی هستند. اینترنت و پیشرفت در فناوری اطلاعات مزایای قابل توجهی را برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها در بازارهای بین المللی ارائه کرده است. (Cavusgil et al. 2015) به طور متعارف، سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها برای برخی وظایف فعالیت صادراتی خود، مانند بازاریابی، تدارکات، تامین مالی و اعتبار، به واسطه های صادراتی متکی بودند. استدلال شده است که اینترنت به ویژه برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها جذاب است زیرا می تواند به عنوان یک رسانه کم هزینه برای بین المللی شدن عمل کند. (Zahra, 2019) به عنوان مثال، یک گزارش اخیر نشان داد که ظهور پلتفرم های دیجیتالی مانند فیس بوک و لینکدین، ابزارهای کم هزینه ای را برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی برای ارتباط با مشتریان خارجی و جایگزینی برخی از عملکردهای ارائه شده توسط واسطه های صادراتی ارائه می کند که به نوبه خود، بین المللی شدن آنها را تسهیل می کند. (Cavusgil et al. 2015). علیرغم روند در حال ظهور استفاده از اینترنت برای تغییر چشم انداز بین المللی شدن سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها در عمل، تحقیقات دانشگاهی در این زمینه محدود است. تنها چند تلاش دانشگاهی برای بررسی این پدیده انجام شده است. به عنوان مثال، برخی از کارهای اخیر تأثیر اینترنت بر عملکرد صادرات سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها را در نظر گرفته اند. (Thomas et al. 2014) اگرچه این خط از تحقیقات درک ما را از تأثیر اینترنت بر بین المللی شدن سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها بهبود بخشیده است، کارهای قبلی محدودیت های متعددی را به نمایش گذاشته اند. (Weerawardena et al. 2014) اول، اگرچه کارهای قبلی به برخی از مزایای اینترنت، مانند بهبود عملکرد صادرات سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها پرداخته اند، مطالعات اندکی بر روی جنبه تاریک استفاده شرکت ها از اینترنت برای ورود به بازارهای بین المللی متمرکز شده است، یعنی بین المللی شدن دیجیتال. به طور خاص، ریسکی که توسط شرکتی که از اینترنت برای نفوذ به بازارهای بین المللی استفاده می کند، در ادبیات قبلی به خوبی مستند نشده است. مطالعات موجود شواهد تجربی محدودی را در مورد محرک ها و پیامدهای خطر استفاده سرمایه گذاری های جدید بین المللی از اینترنت برای نفوذ به بازارهای بین المللی ارائه کرده اند. یک استثنا، کار مفهومی (Zhou and Wu, 2014) در مورد خطر الکترونیکی برای بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی است. دوم، بیشتر کارهای قبلی در مورد تأثیر اینترنت بر بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها بر پذیرش وب سایت های خود توسط شرکت ها متمرکز شده است. به عنوان مثال، (Sinkovics et al. 2013) تأثیر پذیرش وب سایت سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها را بر رابطه بین سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها و واسطه های صادراتی آنها بررسی کردند. با این حال، سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها معمولاً فاقد منابع مالی و فناوری اطلاعات فراوان برای نگهداری وب سایت های خود هستند. بنابراین، استفاده آنها از وب سایت های خود برای صادرات محدود است (سابان و راو، ۲۰۰۵). وب سایت های خود شرکت ها ممکن است از ترافیک دیجیتال محدود رنج ببرند و ممکن است فقط تعداد محدودی از بازدیدکنندگان را جذب کنند. علاوه بر این، هزینه های نگهداری و راه اندازی وب سایت های مستقل بالا است. (Boso et al. 2013) در واقع ظهور پلتفرم های دیجیتال مزایای قابل توجهی مانند ترافیک آنلاین منظم و هزینه های مشارکت و نگهداری پایین را برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها فراهم کرده است.

بطور کلی پلتفرم های آنلاین می توانند به عنوان یک رسانه موثر و کارآمد برای بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها عمل کنند. به عنوان مثال، علی بابا، بزرگترین پلت فرم B2B جهان، به عنوان یک کانال موثر و کارآمد برای بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط عمل می کند. (Gefen and Pavlou, 2012) در این راستا در این تحقیق ما بر آن هستیم که به این پرسش اساسی یعنی: تأثیر خلاء نهاد داخلی، عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و

ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی در بین شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران چگونه است ؟ پاسخ دهیم

ادبیات و پیشینه پژوهش

در حال حاضر با ظهور اینترنت و فناوری پیشرفته، دیجیتالی شدن عملکرد کسب و کارهای جهانی را نه تنها برای شرکت های چندملیتی بلکه برای شرکت های سرمایه گذاری های جدید بین المللی نیز متحول کرده است. با این حال، دیجیتالی شدن نه تنها فرصت هایی را برای شرکت های چندملیتی و سرمایه گذاری های جدید بین المللی به ارمغان می آورد، بلکه انواع جدیدی از تهدیدات و خطرات را نیز ایجاد می کند. (Zahra, 2019) تحقیقات اخیر سیستم های اطلاعاتی مسائل مربوط به امنیت سیستم های اطلاعاتی را بررسی کرده اند. تحقیق دیگری در مورد چگونگی تأثیر ساختار مؤسسه، مانند بازخوردهای آنلاین و سیستم های تضمین شخص ثالث، بحث کرده اند. (Jeana et al. 2020) ریسک آنلاین برای فروشندگان برخی از محققان همچنین سعی کرده اند به خطرات موجود در زمینه تجارت بین المللی بپردازند. به عنوان مثال، یامین و سینکویکس (۲۰۰۹) نشان دادند که شرکت های چندملیتی می توانند کنترل بیشتری بر شرکت های تابعه خود از طریق سیستم های اطلاعاتی در شبکه های جهانی به دست آورند. یامین و سینکویکس (۲۰۰۶) تأکید کردند که سرمایه گذاری های جدید بین المللی فعال در بازارهای خارجی ممکن است فاقد حضور محلی باشند. این نوع بین المللی سازی آنلاین ممکن است تهدیدات جدیدی از نظر «تله های مجازی» ایجاد کند، که ممکن است درک شرکت ها از فرهنگ محلی و توسعه دانش محلی را کاهش دهد.

علاوه بر این، (Covin et al. ۲۰۱۱) ایده ریسک الکترونیکی را در زمینه کسب و کار بین المللی مفهوم سازی کردند. با این حال، کارهای قبلی تا حد زیادی ماهیت مفهومی دارند، و کار تجربی روی محرک ها و نتایج عملکرد بین المللی ریسک پلتفرم دیجیتال محدود است. با توجه به اهمیت روزافزون پلتفرم های دیجیتال در افزایش بین المللی شدن شرکت ها، این تحقیق بر چنین پلتفرم های الکترونیکی دو طرفه (یا بازارهای الکترونیکی) متمرکز است که شرکت های فروشنده و شرکت های خریدار را به هم متصل می کنند و آنها را قادر به مذاکره و معامله می کنند. (Hair et al. 2012) با تکیه بر اقتصاد هزینه تراکنش (اقتصاد هزینه معامله)، چارچوبی از سوابق و نتایج پلتفرم های دیجیتال برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها توسعه و بررسی می شود. اقتصاد هزینه تراکنش به طور گسترده در ادبیات تجارت بین المللی برای بحث در مورد حالت های ورود و مسائل حاکمیت کانال بین المللی استفاده شده است.

با این حال، آثار کمی از اقتصاد هزینه تراکنش برای بررسی ریسک های آنلاین شرکت ها استفاده کرده اند. در اقتصاد هزینه تراکنش، عدم قطعیت سرمایه گذاری خاص معامله و عدم اطمینان محیطی به عنوان منابع اصلی رفتار فرصت طلبانه یک شرکت در روابط مبادله تعریف می شوند. (Peng and Lai, 2012) با پیروی از این منطق، ما چهار سابقه ریسک پلتفرم دیجیتال را برای سرمایه گذاری های جدید بین المللیها شناسایی می کنیم، یعنی ویژگی محصول، رقابت بازار صادرات، عدم اطمینان بازار خارجی، و خلأهای نهادی داخلی. از نظر نتایج عملکرد، این تحقیق بر دامنه بین المللی سازی به عنوان یک نتیجه اصلی از خطرات پلت فرم دیجیتال تمرکز می شود. این تحقیق تأثیر تعدیل گر جهت گیری کارآفرینی را بر پیوند بین ریسک پلت فرم دیجیتال و تنوع بین المللی بررسی می کند. چارچوب مفهومی پیشنهادی ما در مدل مفهومی (شکل ۱) نشان داده شده است. این تحقیق انتظار دارد که مشارکت های زیر را انجام دهد. ابتدا، با تکیه بر اقتصاد هزینه تراکنش، این مطالعه پیشینه ریسک پلتفرم دیجیتال را برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی های شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس بررسی می کند. (Ojala et al. 2018)

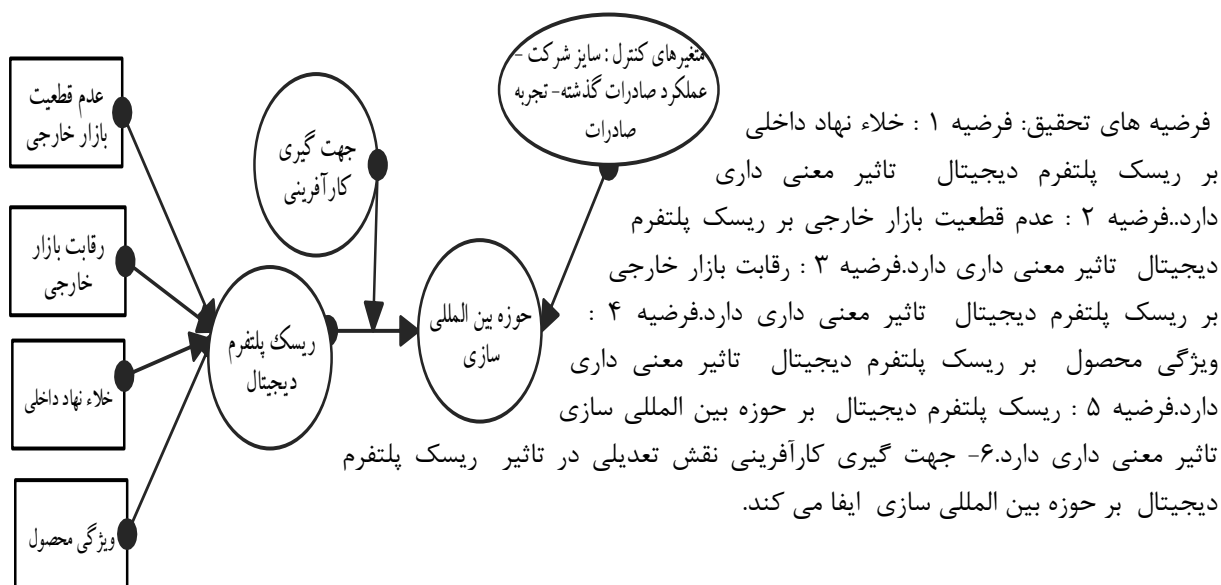
بنابراین، این مطالعه چارچوبی مبتنی بر تئوری را برای بررسی عواملی که ریسک پلتفرم دیجیتال سرمایه گذاری های جدید بین المللی را هدایت می کند، ارائه می کند، که یک نوع ریسک نوظهور و جدید در تحقیقات تجاری بین المللی

است. کارهای قبلی خواستار تحقیقات بیشتر در مورد نوع جدید ریسک دیجیتالی شدن یا ریسک الکترونیکی در زمینه های تجاری بین المللی شده اند. (Ojala et al. 2018) بنابراین این تحقیق به بررسی تاثیر خلاء نهاد داخلی، عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی با نقش میانجی ریسک پلتفرم دیجیتال و تعدیلی جهت گیری کارآفرینی می پردازد. در ارتباط با مطالعات نزدیک به موضوع تحقیق می تواند مطالعات: آقابابایی و همکاران (۱۴۰۰) "بررسی تاثیر رویکرد کارآفرینی بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش میانجی استراتژی تمایز" نتایج حاکی از این است که رهبری و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت از طریق استراتژی تمایز تاثیر دارد. رویکرد کارآفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد - ثریایی و محمدی، (۱۳۹۹) "بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سرمایه گذاری (مطالعه موردی: شرکت های کوچک و متوسط در مشهد) این پژوهش برای مدیران این حقیقت را روشن میسازد که آنها با سرمایه گذاری بر روی کارمندیابی، آموزش و توسعه، پاداش دهی و ارزیابی عملکرد نه تنها ضرر نمیکنند بلکه به یک مزیت رقابتی از طریق بهبود جهت گیری کارآفرینانه نیز دست می یابند. - رحمانی و همکاران، (۱۳۹۷) "بررسی رابطه بین مدیریت منابع انسانی قابلیت محور و جهت گیری کارآفرینانه بر عملکرد سازمان با توجه به نقش تعدیل کنندگی نوآوری دوجانبه گرا". نتایج و تحلیل داده ها نشان داد که مدیریت منابع انسانی قابلیت محور بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد. جهت گیری کارآفرینانه محور بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد. (Jeana et al. (2020 در مقاله ای با عنوان "سوابق و نتایج ریسک پلتفرم دیجیتال برای بین المللی شدن سرمایه گذاری های جدید بین المللی". پرداخته است. این مطالعه یک چارچوب نظری از محرک ها و نتایج ریسک پلتفرم دیجیتال برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی ایجاد و بررسی کرده است. به طور خاص، با تکیه بر نظریه هزینه تراکنش، مجموعه ای از پیشایندها را شناسایی می کند. ریسک پلتفرم دیجیتال از جمله ویژگی محصول، عدم اطمینان بازار خارجی، رقابت در بازار خارجی، و خلأهای نهادی بازار داخلی. این تحقیق تأثیر ریسک پلت فرم دیجیتال را بر دامنه بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها نشان می دهد. بر اساس یک نمونه منحصر به فرد از سرمایه گذاری های جدید بین المللی های چینی، یافته های تجربی تحقیق یک پلت فرم دیجیتال را نشان می دهد. ریسک باعث کاهش دامنه بین المللی شدن سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها می شود. با این حال، اثر منفی با جهت گیری کارآفرینی سرمایه گذاری های جدید بین المللی ها کاهش می یابد. محرک های پیشنهادی این تحقیق برای ریسک پلت فرم دیجیتال پشتیبانی می شوند. این مقاله در نهایت مفاهیم نظری و مدیریتی را مورد بحث قرار می دهد. (Zahra (2019 در تحقیق با عنوان "سرمایه گذاری های جدید بین المللی بازارهای نوظهور و رایش کارآفرینی". نتایج این مطالعه نشان داد که سرمایه گذاری های جدید بین المللی بازارهای نوظهور می توانند دامنه بین المللی شدن خود را با گرایش کارآفرینی افزایش دهند. و همچنین تأثیر منفی پلت فرم های دیجیتال بر دامنه بین المللی سازی در شرایط گرایش کارآفرینی بالا کاهش یابد. این مطالعه بیان می کند که گرایش کارآفرینی ممکن است قابلیت های شبکه خارجی سرمایه گذاری های جدید بین المللی و قابلیت های دانش بازار را افزایش دهد، این ممکن است بر رفتارهای فرصت طلبانه شرکت ها در سیستم عامل های دیجیتال غلبه کند، که به نوبه خود ممکن است تأثیر منفی ریسک های پلت فرم دیجیتال را بر دامنه بین المللی سازی کاهش دهد. (Nambisan et al. (2019 در مقاله ای با عنوان "تأثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد بین المللی سرمایه گذاری های جدید بین المللی با نقش فرهنگ سازمانی فعال بودن و ریسک پذیری". نتایج نشان داد که گرایش کارآفرینی می تواند بر عملکرد بین المللی عملکرد بین المللی سرمایه گذاری های جدید تأثیر بگذارد. با فرهنگ سازمانی فعال بودن و ریسک پذیری، عملکرد بین المللی سرمایه گذاری های جدید آماده، مایل و قادر به ورود به بازارهای خارجی متعدد برای کشف فرصت های خارجی است.

همانطور که مشخص است با توجه به چارچوب نظری تحقیق می توان ارتباط میان متغیرهای تحقیق در قالب مدل مفهومی زیر مشاهده نمود. با تجزیه و تحلیل و بررسی انواع مدلهای ارائه شده در حوزه مبنایی نظری تحقیق (Jeana et al. (2020 دلیل جامعیت و در برداشتن کلیه متغیرهای تحقیق و نزدیکی به اهداف اصلی تحقیق "بررسی تاثیر خلاء نهاد داخلی، عدم

قطعیّت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی با نقش میانجی ریسک پلتفرم دیجیتال و تعدیلی جهت گیری کارآفرینی از مقاله نامبردگان اقتباس گردید است.

شکل ۱: مدل پیشنهادی تحقیق



روش تحقیق

با توجه به ویژگی موضوع روش تحقیق از حیث هدف کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده های توصیفی از نوع همبستگی و به دنبال یافتن روابط علی میان متغیرها از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) بوده است. جامعه آماری شامل سطوح مدیران در شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران به تعداد ۱۸۷ نفر با توجه به معلوم بودن حجم جامعه، محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه محدود کوکران تقریباً برابر است ۱۲۶ نفر است. روش نمونه گیری: روش نمونه گیری در دسترس بوده است. پرسشنامه بصورت تصادفی بین سطوح مدیران در شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران در یک بازه زمانی دو هفته ای توزیع و کسانی که در دسترس هستند می توانند پرسشنامه تکمیل کنند

برای جمع آوری اطلاعات موردنظر، از دو روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است.

روش کتابخانه ای: از کتابها، مقالات، پایان نامه ها و اینترنت جهت جمع آوری اطلاعات موردنیاز در بخش ادبیات نظری پژوهش استفاده شد. روش میدانی: برای گردآوری اطلاعات میدانی از ابزار پرسشنامه که اقتباس شده از مطالعات Jeana et al. (2020) استفاده شده است. پرسشنامه ای که در این تحقیق به کار گرفته شده است شامل دو بخش است: بخش سؤالات جمعیت شناختی و بخش سؤالات مربوط به متغیرهای بوده که شامل ۲۸ سوال هست. برای تعیین اعتبار اندازه گیری به چند طریق روایی اندازه گیری شده است:

۱- بررسی روایی محتوایی: پرسشنامه تهیه شده به نظر ۸ نفر از خبرگان حوزه مطالعه رسیده و روایی پرسشنامه پس از انجام اصلاحات لازم به روش محتوایی تأیید گردید.

۲- روایی سازه: در نرم افزار PLS به دو شکل محاسبه می گردد: روایی همگرا و روایی واگرا یا افتراقی که از دو شاخص معیار فورنل و لارکر و آزمون بارهای عرضی استفاده شده است. به منظور بررسی پایایی ضریب آلفای کرنباخ، با استفاده از نرم افزار SPSS24 محاسبه شد. بنابراین، پس از توزیع ۲۸ پرسشنامه به عنوان آزمون اولیه، مقدار آلفا با استفاده از نرم افزار دست آمد.

مقادیر آلفای محاسبه شده برای هر متغیر و آلفای کل در جدول پیوست (۱) آورده شده است. اگر آلفای کرنباخ از ۰,۷ بالاتر باشد، پرسشنامه از قابلیت اطمینان برخوردار است که طبق نتایج در جدول زیر، پرسشنامه پایایی قابل قبولی دارد.

یافته های تحقیق

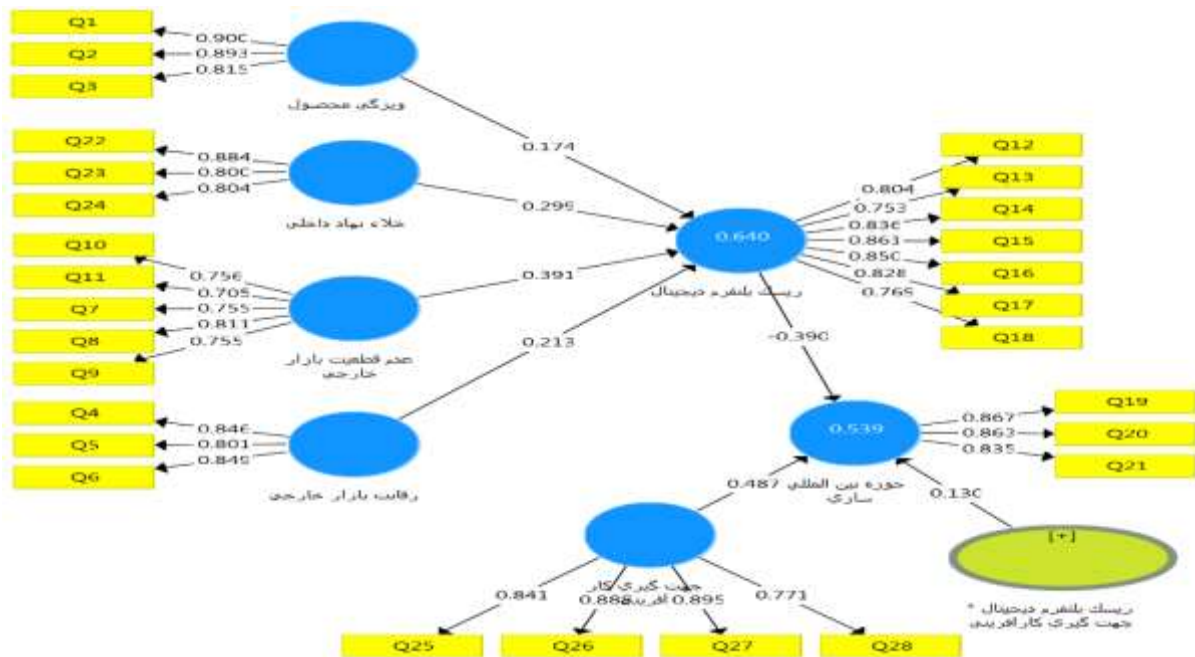
جدول ۱: آمار جمعیت شناختی

جدول ۱: اطلاعات جمعیت شناختی			درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۷۶	۶۰.۳
	زن	۵۰	۳۹.۷
سن	۱۸ تا ۳۰ سال	۳۴	۲۷
	۳۱ تا ۴۰ سال	۴۵	۳۵.۷
	۴۱ تا ۵۰ سال	۲۵	۱۹.۸
	بیشتر از ۵۱ سال	۲۲	۱۷.۵
تحصیلان	دیپلم و کمتر	۸	۶.۳
	کاردانی	۱۳	۱۰.۳
	کارشناسی	۵۸	۴۶
	کارشناسی ارشد	۲۹	۲۳
	دکتری	۱۸	۱۴.۳
سوابق کاری	۱ تا ۵ سال	۲۶	۲۰.۶
	۶ تا ۱۰ سال	۳۳	۲۶.۲
	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۷	۲۱.۵
	۱۶ تا ۲۰ سال	۲۷	۲۱.۴
	بیشتر از ۲۰ سال	۱۳	۱۰.۳

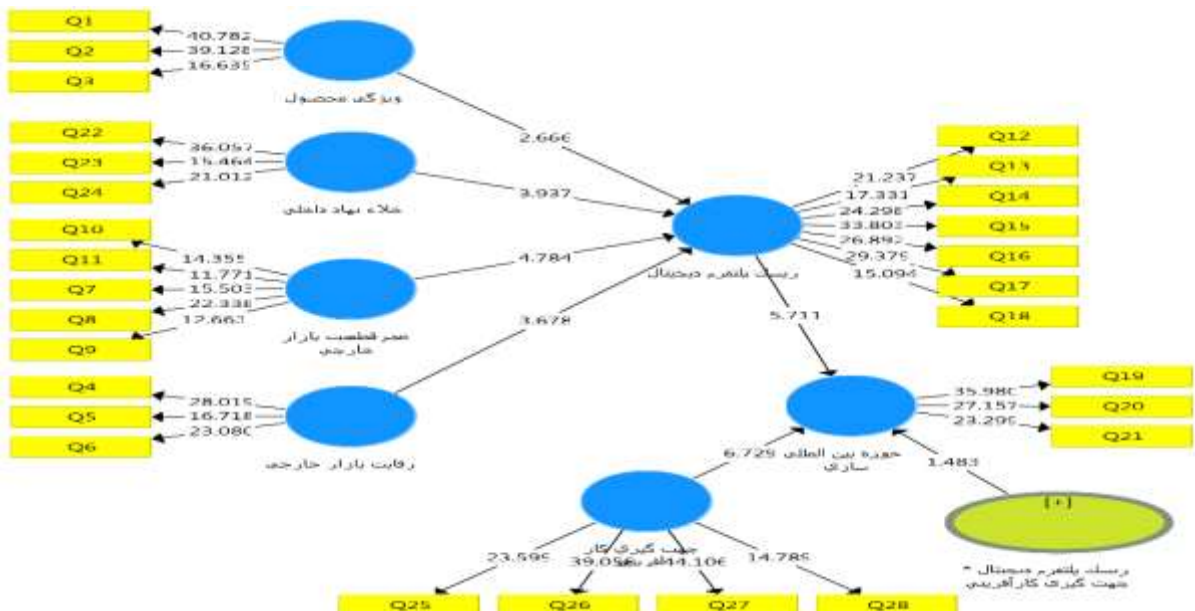
بررسی نرمالیتی داده های متغیرها: پیش از آنکه آزمونی انجام شود یا اقدام تعمیمی روی داده ها اعمال شود، باید نوع توزیع داده های متغیرهای مورد مطالعه مشخص گردد تا بر اساس نوع توزیع داده های آن روش آماری مناسب و علمی بکار گرفته شود. جهت بررسی نوع توزیع داده ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. همانطور که در جدول (پیوست) آمده است، سطح معنی داری آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای همه متغیرها کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده است.

لذا میتوان اینگونه استنباط نمود که توزیع داده های همه متغیرها غیر نرمال بوده و باید از روشهای متناسب با نوع توزیع داده ها استفاده کرد. بررسی مدل های اندازه گیری: مدل اندازه گیری مدلی است که رابطه بین متغیرهای مکنون و سوالات (گویه ها) را مورد بررسی قرار می دهد، به همین دلیل نام دیگر آن مدل بیرونی است. اینک به بررسی آزمون های مربوط برای مدل اندازه گیری می پردازیم. نمودار (۱) مدل در حالت استاندارد شده بارهای عاملی و ضرایب مسیر را نشان می دهد. و نمودار (۲) مدل نهایی تحقیق در حالت ضرایب معناداری تی را نشان می دهد.

شکل ۲: مدل نهایی با ضرایب استاندارد شده بار عاملی و ضرایب مسیر (ارزیابی مدل های اندازه گیری)



شکل ۳ مدل نهایی با ضرایب t-Values (ارزیابی مدل های اندازه گیری)



جدول ۲: نتایج کلی آزمون فرضیه های پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	T_value	β	مسیر: متغیر مستقل ← متغیر وابسته
معنادار	۰,۰۰۸	۲,۶۶۶	۰,۱۷۴	ویژگی محصول ← ریسک پلتفرم دیجیتال
معنادار	۰,۰۰	۳,۹۳۷	۰,۲۹۹	خلاء نهاد داخلی ← ریسک پلتفرم دیجیتال
معنادار	۰,۰۰	۴,۷۸۴	۰,۳۹۱	عدم قطعیت بازار خارجی ← ریسک پلتفرم دیجیتال
معنادار	۰,۰۰	۳,۶۷۸	۰,۲۱۳	رقابت بازار خارجی ← ریسک پلتفرم دیجیتال
معنادار	۰,۰۰	۵,۷۱۱	-۰,۳۹۰	ریسک پلتفرم دیجیتال ← حوزه بین المللی سازی
معنادار	۰,۰۰	۶,۷۲۹	۰,۴۸۷	جهت گیری کارآفرینی ← حوزه بین المللی سازی
رد	۰,۱۳۹	۱,۴۸۳	۰,۱۳۰	جهت گیری کارآفرینی × ریسک پلتفرم دیجیتال ← حوزه بین المللی سازی

نتایج حاصل از فرضیه اول مبنی بر خلاء نهاد داخلی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تاثیر معناداری دارد. بر اساس جدول (۲) فوق نمایان است. مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین خلاء نهاد داخلی و ریسک پلتفرم دیجیتال بترتیب برابر ۳,۹۳۷ و ۰,۲۹۹ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی خلاء نهاد داخلی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات خلاء نهاد داخلی، شاهد افزایش در نمرات ریسک پلتفرم دیجیتال به اندازه ۰,۲۹۹ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه اول تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه دوم مبنی بر عدم قطعیت بازار خارجی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تاثیر معناداری دارد. بر اساس جدول (۲) مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین عدم قطعیت بازار خارجی و ریسک پلتفرم دیجیتال بترتیب برابر ۷۸۴,۴ و ۰,۳۹۱ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی عدم قطعیت بازار خارجی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات عدم قطعیت بازار خارجی، شاهد افزایش در نمرات ریسک پلتفرم دیجیتال به اندازه ۰,۳۹۱ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه دوم تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه سوم مبنی بر رقابت بازار خارجی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تاثیر معناداری دارد. بر اساس جدول (۲) مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین رقابت بازار خارجی و ریسک پلتفرم دیجیتال بترتیب برابر ۳,۶۷۸ و ۰,۲۱۳ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی رقابت بازار خارجی بر ریسک پلتفرم دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات رقابت بازار خارجی، شاهد افزایش در نمرات ریسک پلتفرم دیجیتال به اندازه ۰,۲۱۳ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه سوم تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه چهارم مبنی ویژگی محصول بر ریسک پلتفرم دیجیتال تاثیر معناداری دارد. بر مبنای جدول (۲)، مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین ویژگی محصول و ریسک پلتفرم دیجیتال بترتیب برابر ۲,۶۶۶ و ۰,۱۷۴ بدست

آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) بیشتر از ۱٫۹۶ و سطح معناداری (۰٫۰۰۸) کمتر از ۰٫۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی ویژگی محصول بر ریسک پلتفرم دیجیتال تأثیر مثبت و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات ویژگی محصول، شاهد افزایش در نمرات ریسک پلتفرم دیجیتال به اندازه ۰٫۱۷۴ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه پنجم مبنی ریسک پلتفرم دیجیتال بر حوزه بین المللی سازی تأثیر معناداری دارد. بر مبنای جدول (۲)، مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین ریسک پلتفرم دیجیتال و حوزه بین المللی سازی بترتیب برابر ۷۱۱٫۵ و ۰٫۳۹۰- بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری (t-value) بیشتر از ۱٫۹۶ و سطح معناداری (۰٫۰۰۸) کمتر از ۰٫۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی ریسک پلتفرم دیجیتال بر حوزه بین المللی سازی تأثیر معکوس و معناداری دارد. یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات ریسک پلتفرم دیجیتال، شاهد کاهش در نمرات حوزه بین المللی سازی به اندازه ۰٫۳۹۰ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه پنجم تحقیق تایید می شود.

فرضیه ششم: جهت گیری کارآفرینی نقش تعدیلی در تأثیر ریسک پلتفرم دیجیتال بر حوزه بین المللی سازی ایفا می کند. یافته های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی بین جمله تعاملی (جهت گیری کارآفرینی × ریسک پلتفرم دیجیتال) و متغیر وابسته حوزه بین المللی سازی برابر با ۱٫۴۸۳ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده کمتر از حد مرزی ۱٫۹۶ و سطح معناداری (۰٫۱۳۹) بیشتر از سطح خطای ۰٫۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه ششم تحقیق رد می شود.

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق به بررسی تأثیر خلاء نهاد داخلی، عدم قطعیت بازار خارجی، رقابت بازار خارجی و ویژگی محصول بر حوزه بین المللی سازی با نقش میانجی ریسک پلتفرم دیجیتال و تعدیلی جهت گیری کارآفرینی پرداخته است. جامعه آماری شامل سطوح مدیران در شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران ۱۸۷ نفر با توجه به معلوم بودن حجم جامعه، محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه محدود کوکران تقریباً برابر است ۱۲۶ نفر است. با توجه به اینکه ممکن است برخی پرسشنامه ها پاسخ داده نشود یا برگشت داده نشود ما در این تحقیق ۱۰ درصد بیشتر از حجم نمونه محاسبه شده، پرسشنامه تکمیل کردیم تا این مساله منجر به کمتر شدن حجم نمونه نهایی محاسبه شده نگردد. بااین وجود ۱۳۷ پرسشنامه توزیع ولی فقط ۱۲۶ پرسشنامه سالم برای آنالیز انتخاب شد.

نتایج آمار توصیفی بدین صورت بوده که: ۱- توزیع فراوانی جنسیت: از بین ۱۲۶ نفر موجود، ۷۶ نفر (۶۰٫۳ درصد) مرد و ۵۰ نفر (۳۹٫۷ درصد) نیز زن می باشد. ۲- توزیع فراوانی تحصیلات: از بین ۱۲۶ نفر موجود در تحقیق، تحصیلات ۶٫۳ درصد از افراد در سطح دیپلم و کمتر، تحصیلات ۱۰٫۳ درصد از افراد در سطح کاردانی، تحصیلات ۴۶ درصد از افراد در سطح کارشناسی و تحصیلات ۲۳ درصد از افراد نیز در سطح کارشناسی ارشد می باشد. همچنین ۱۴٫۳ درصد از افراد نیز دارای تحصیلات دکتری می باشند. ۳- توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان: بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال می باشد که ۳۵٫۷ درصد از وزن کل را به خود اختصاص داده است. ۳- توزیع فراوانی سابقه شغلی پاسخ دهندگان: بیشترین درصد فراوانی مربوط به رده ۶ تا ۱۰ سال (۲۶٫۲ درصد) بوده و کمترین فراوانی مربوط به رده بیشتر از ۲۰ سال بوده که ۱۰٫۳ درصد از وزن کل را به خود اختصاص داده است.

این تحقیق پیامدهای عمده ای برای پزشکان دارد. ما نشان دادیم که ریسک پلتفرم دیجیتال ممکن است عملکرد بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی را از نظر دامنه بین المللی سازی کاهش دهد. بنابراین، مدیران سرمایه گذاری های جدید بین المللی از بازارهای نوظهور باید مهارت ها، روابط و دانش را برای مقابله با این نوع جدید ریسک پلت فرم دیجیتال جمع آوری کنند. مدیریت ریسک در پلتفرم های دیجیتال به موضوعی حیاتی برای موفقیت سرمایه گذاری های جدید بین المللی در بازارهای بین المللی تبدیل می شود. به طور متعارف، شرکت هایی که به بازارهای خارجی نفوذ می کنند، فقط ریسک های شهرستانی، فرهنگی، تجاری و مالی را در نظر می گیرند و تجربه می کنند. روند نوظهور دیجیتالی شدن و پلتفرم های دیجیتال خطر جدیدی را از طریق پلتفرم ها در طول بین المللی شدن شرکت ها ایجاد می کند. این پدیده به ویژه برای سرمایه گذاری های جدید بین المللی که معمولاً فاقد منابع هستند و بنابراین به پلتفرم های دیجیتال به عنوان کانالی جایگزین برای پیگیری فرصت های خارجی بسیار متکی هستند، برجسته است. بنابراین، مدیران سرمایه گذاری های جدید بین المللی هنگام تلاش برای استفاده از فرصت های فزاینده از پلتفرم های دیجیتال باید به این خطر اضافی توجه ویژه داشته باشند.

نتایج نشان می دهد که جهت گیری کارآفرینی نقش مهمی در کاهش رابطه منفی بین ریسک های پلتفرم دیجیتال و دامنه بین المللی شدن دارد. بنابراین، مدیران سرمایه گذاری های جدید بین المللی باید فرهنگ سازمانی و جهت گیری کارآفرینی قوی را توسعه دهند تا به کاهش خطرات پلتفرم دیجیتال هنگام مشارکت در پلتفرم های دیجیتال برای بین المللی شدن آنها کمک کند. از نظر سوابق پلتفرم های دیجیتال، این مطالعه کشف کرد که ویژگی محصول، رقابت در بازار صادرات، خلأهای مؤسسه داخلی و عدم قطعیت بازار خارجی باعث ایجاد ریسک پلتفرم دیجیتال سرمایه گذاری های جدید بین المللی می شود. بنابراین، مدیران باید از ویژگی های محصول خود آگاه باشند و به شرایط مختلف بازار داخلی و خارجی توجه کنند تا به سطوح مختلف ریسک پلت فرم دیجیتال پاسخ دهند.

پیشنهاد در راستای فرضیه اول تحقیق با توجه به یافته تحقیق به شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران پیشنهاد می شود: - یافته های این مطالعه نشان می دهد که ریسک پلتفرم دیجیتال ممکن است عملکرد بین المللی سازی سرمایه گذاری های جدید بین المللی را از نظر دامنه بین المللی سازی کاهش دهد. بنابراین، مدیران سرمایه گذاری های جدید بین المللی شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران باید مهارت ها، روابط و دانش را برای مقابله با این نوع جدید ریسک پلت فرم دیجیتال جمع آوری کنند. - یافته های این مطالعه نشان می دهد که مدیریت ریسک در پلتفرم های دیجیتال به موضوعی حیاتی برای موفقیت سرمایه گذاری های جدید بین المللی در بازارهای بین المللی است. بنابراین شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران که خواهان نفوذ در بازارهای خارجی هستند، باید ریسک های فرهنگی، تجاری و مالی در این حوزه را در نظر گیرند. - پیشنهاد می شود که شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات جهت کاهش رابطه منفی بین ریسک های پلتفرم دیجیتال و دامنه بین المللی شدن مواردی همچون تلاش در جهت تغییر رویه های دسترسی به خدمات شهری مانند برق و آب در بازار داخلی، هزینه ها یا تأخیرهای زیادی را تجربه می کند مد نظر قرار دهند. - پیشنهاد می شود که شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات جهت کاهش رابطه منفی بین ریسک های پلتفرم دیجیتال و دامنه بین المللی شدن شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات جهت کاهش رابطه منفی بین ریسک های پلتفرم دیجیتال و دامنه بین المللی شدن

^۱ پلتفرم های الکترونیکی دو طرفه یا بازارهای الکترونیکی متمرکز که شرکت های فروشنده و شرکت های خریدار را به هم متصل می کنند و آنها را قادر به مذاکره و معامله می کنند مثل فیسبوک، لینکدین و غیره

مواردی همچون تلاش در جهت تغییر ارزیابی مالیات و روش های پرداخت در بازار داخلی، هزینه های اساسی یا تاخیر را تجربه می کند مد نظر قرار دهند.

از محدودیتهای مشاهده شده- توجه به رفتاری بودن متغیرهای این مطالعه، یکی از محدودیت های مشاهده شده، وجود موقعیت ها، نگرش ها، ادراکات و پیش فرض های ذهنی پاسخ دهندگان در پاسخ گویی به سؤالات بوده است که با توجه به وجود امکان کنترل این محدودیت (تعریف به صورت مشکل)، تا حد امکان با توضیحات ارائه شده، مورد کنترل قرار گرفت- با احتمال وجود خطای تأثیرگذار بر پاسخ دهندگان از جمله خطای آسان گیری که در آن افراد درجات و امتیاز خیلی زیاد را در نظر می گیرند یا خطای تمایل به مرکز که افراد را به درجات و امتیاز متوسط در پرسشنامه متمایل می نماید و یا وجود اثر هاله ای که ممکن است یک مورد خاص را به تمامی موارد تعمیم دهد در این تحقیق این دسته از خطاها خارج از کنترل محقق بوده و تأثیر آن در نتایج تحقیق مورد تحلیل قرار نرفته است.

ریسک پلتفرم دیجیتال تمرکز کرده است، توصیه می شود که تحقیقات آینده انواع مختلف ریسک بین المللی، مانند ریسک سیاسی و ریسک فرهنگی را بررسی و ادغام کند و تأثیر مشترک آنها را بر نتایج بین المللی سازی مورد بحث قرار دهد- این پژوهش بر روی چهار نوع محرک خطرات پلتفرم دیجیتال تمرکز کرده است. توصیه می شود که تحقیقات آینده انواع دیگری از پیشایندهای ریسک پلتفرم دیجیتال مانند منابع و قابلیت های شرکت های مختلف را بررسی کنند- توصیه می شود که تحقیقات آینده انواع دیگر بین المللی سازی را به مدل مفهومی اضافه و عملکرد آن بررسی کند مانند سرعت و مقیاس بین المللی سازی- یافته های مطالعه حاضر ممکن است قابل تعمیم نباشد، زیرا جمعیت مورد بررسی در مشتریان شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری پردیس تهران است. بنابراین، تحقیقات آتی باید سایر شرکتهای دانش بنیان فناوری اطلاعات در پارک فناوری مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- [۱۴] آقابابایی، اکرم، حمید رضا جعفری، و جمشید پیک فلک. (۱۴۰۰) شناسایی تأثیر رهبری و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد بانک با توجه به نقش واسطه گری استراتژی تمایز. "مطالعات مدیریت و حسابداری ۳ (۱): ۱۹-۲۵
- [۱۵] ثریایی، رعنا، و جواد محمدی. ۱۳۹۹. "در یک مطالعه، تأثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی در جهت گیری کارآفرینی" نشریه مدیریت بازرگانی ۶۳ (۸): ۴۵-۵۲۱-۷۲
- [۱۶] رحمانی، محمد، علی اکبر بهمنی، و احسان مصداقی. ۱۳۹۷. "رابطه بین مدیریت منابع انسانی مبتنی بر توانایی و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی." فصلنامه مدیریت ۳۲ (۵): ۲۱-۲۴

- [1] Jeana. R.J.B., D. Kimb., E. Cavusgil. 2020." Antecedents and outcomes of digital platform risk for international new ventures' internationalization." Journal of World Business, 55 (4): 123-1۳۱
- [2] Cavusgil, S. T., and Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. Journal of International Business Studies, 46(1), 3-۱۶
- [3] Zahra, S. (2019). New International Investments Emerging Markets and Entrepreneurship Growth. Journal of World Business, 31 (4): 97-101
- [4] Thomas, L. D. W., Autio, E., and Gann, D. M. (2014). Architectural leverage: Putting platforms in context. The Academy of Management Perspectives, 28(2), 198-219
- [5] Weerawardena, J., Mort, G., Salunke, S., Knight, G., & Liesch, P. (2014). The role of the market sub-system and the socio-technical sub-system in innovation and firm performance: A dynamic capabilities approach. Journal of the Academy of Marketing Science, 1-19

- [6] Zhou, L., & Wu, A. (2014). Earliness of internationalization and performance outcomes: Exploring the moderating effects of venture age and international commitment. *Journal of World Business*, 49(1), 132–1۳۷.
- [7] Sinkovics, N., Sinkovics, R. R., and Jean, R.-J. B. (2013). The internet as an alternative path to internationalization? *International Marketing Review*, 30(2), 130–1۵۵
- [8] Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, ۲۸(۶), ۷۰۸–۷۳۷
- [9] Gefen, D., and Pavlou, P. A. (2012). The boundaries of trust and risk: The quadratic moderating role of institutional structures. *Information Systems Research*, 23(3-Part-2), 940–9۵۹
- [10] Covin, J. G., and G.T. Lumpkin. 2011. "Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5): 855–8۷۷.
- [11] Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., & Mena, J. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–۴۳۳
- [12] Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. *Journal of Operations Management*, 30(6), 467–4۸۰.
- [13] Ojala, A., Evers, N., and Rialp, A. (2018). "Conceptualizing environmental uncertainties in international trade." *Journal of World Business*, 53(5): 725–7۳۹
- [11] Nambisan, S., Zahra, S. A., and Luo, Y. (2019). "The Impact of Entrepreneurial Orientation on the International Performance of New International Investments with the Role of Organizational Culture of Activity and Risk Taking." *Journal of International Business Studies*. 19 (7): 231-2۳۹

پیوست ۱: الفای کرنباخ اولیه تحقیق

ردیف	نام متغیر	ضریب آلفای کرنباخ اولیه	تعداد نمونه پری تست	ضریب آلفای کرنباخ	حجم نمونه
۱	ویژگی محصول	۰/۸۲	۳۰	۰,۷۷۷	۱۲۶
۲	رقابت بازار خارجی	۰/۷۵	۳۰	۰,۸۱۲	۱۲۶
۳	عدم قطعیت بازار خارجی	۰/۸۵	۳۰	۰,۸۵۶	۱۲۶
۴	ریسک پلتفرم دیجیتال	۰/۸۷	۳۰	۰,۸۲۶	۱۲۶
۵	حوزه بین المللی سازی	۰/۷۳	۳۰	۰,۸۶۶	۱۲۶
۶	خلاء نهاد داخلی	۰/۸۴	۳۰	۰,۸۱۱	۱۲۶
۷	گرایش کارآفرینی	۰/۸۶	۳۰	۰,۸۴۷	۱۲۶
میانگین پایایی کل		۰/۸۱		۰/۸۲	

پیوست ۲: نرمالیتی داده ها

متغیرها	آزمون کلموگروف اسمیرنف		نتیجه آزمون
	مقدار آماره	سطح معنی داری	
ویژگی محصول	۰,۱۲۹	۰,۰۰	غیر نرمال
خلاء نهاد داخلی	۰,۱۳	۰,۰۰	غیر نرمال
عدم قطعیت بازار خارجی	۰,۱۴۳	۰,۰۰	غیر نرمال
رقابت بازار خارجی	۰,۱۴۳	۰,۰۰	غیر نرمال
ریسک پلتفرم دیجیتال	۰,۱۵۵	۰,۰۰	غیر نرمال
جهت گیری کارآفرینی	۰,۱۱۹	۰,۰۰	غیر نرمال
حوزه بین المللی سازی	۰,۱۰۹	۰,۰۰۱	غیر نرمال

پیوست ۳: شاخصهای ضریب آلفای کرنباخ و ضریب پایایی ترکیبی

متغیرها	ضریب آلفای کرنباخ	Rho_A	ضریب پایایی ترکیبی	AVE	مقادیر اشتراکی	نتیجه
جهت گیری کار آفرینی	۰,۸۷۲	۰,۸۸۹	۰,۹۱۲	۰,۷۲۳	۰,۵۳۱	مطلوب

نتیجه	مقادیر اشتراکی	AVE	ضریب پایایی ترکیبی	Rho_A	ضریب آلفای کرونباخ	متغیرها
مطلوب	۰,۴۴۲	۰,۷۳۱	۰,۸۹۰	۰,۸۱۷	۰,۸۱۶	حوزه بین المللی سازی
مطلوب	۰,۳۷۵	۰,۶۸۹	۰,۸۶۹	۰,۷۸۵	۰,۷۷۴	خلاء نهاد داخلی
مطلوب	۰,۳۷۴	۰,۶۹۳	۰,۸۷۱	۰,۷۸۶	۰,۷۷۹	رقابت بازار خارجی
مطلوب	۰,۵۳۵	۰,۶۶۵	۰,۹۳۳	۰,۹۱۷	۰,۹۱۶	ریسک پلتفرم دیجیتال
مطلوب	۰,۳۵۲	۰,۵۷۴	۰,۸۷۰	۰,۸۱۵	۰,۸۱۴	عدم قطعیت بازار خارجی
مطلوب	۰,۴۹۸	۰,۷۵۸	۰,۹۰۳	۰,۸۴۴	۰,۸۳۹	ویژگی محصول

پیوست ۴: نتایج روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرها	جهت گیری کار آفرینی	حوزه بین المللی سازی	خلاء نهاد داخلی	رقابت بازار خارجی	ریسک پلتفرم دیجیتال	عدم قطعیت بازار خارجی	ویژگی محصول
جهت گیری کار آفرینی	۰,۸۵۰						
حوزه بین المللی سازی	۰,۶۱۷	۰,۸۵۵					
خلاء نهاد داخلی	-۰,۴۵۱	-۰,۶۸۱	۰,۸۳۰				
رقابت بازار خارجی	-۰,۲۸۶	-۰,۴۵۰	۰,۴۵۰	۰,۸۳۲			
ریسک پلتفرم دیجیتال	-۰,۲۸۲	-۰,۵۳۳	۰,۶۱۰	۰,۵۶۳	۰,۸۱۵		
عدم قطعیت بازار خارجی	-۰,۲۶۲	-۰,۳۵۳	۰,۲۷۳	۰,۳۹۳	۰,۶۱۳	۰,۷۵۷	
ویژگی محصول	-۰,۴۱۵	-۰,۵۸۲	۰,۶۲۲	۰,۳۵۹	۰,۵۶۶	۰,۳۳۱	۰,۸۷۰