

# شناسایی تاثیر کارکردهای صنعت پست در توسعه کسب و کارهای اینترنتی (الکترونیکی)

عباس قربیان<sup>۱\*</sup>

ابوالقاسم عربیون<sup>۲</sup>

مهران رضوانی<sup>۳</sup>

سمیه صفاری<sup>۴</sup>

۱. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران  
ghorbian.abas@yahoo.com
۲. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران  
Arabiun@ut.ac.ir
۳. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران  
M.rezvani@ut.ac.ir
۴. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران  
yase136032@yahoo.com

## چکیده:

پست به عنوان یکی از ارکان حیات سیاسی، اداری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شناخته شده، در برقراری ارتباطات و فعالیت‌های جوامع نقش زیربنایی دارد. از طرفی کسب و کارهای اینترنتی به عنوان دسته‌ای از مدل‌های دنیای کسب و کار می‌باشند که بر بستر اینترنت فعالیت می‌نمایند. از اینرو توسعه کسب و کارهای اینترنتی منجر به فراگیر شدن کسب و کارها از طریق رشد تعداد کاربران و محصولات قابل ارائه خواهد شد. این مقاله با در پیش گرفتن روش توصیفی-پیمایشی، به شناسایی کارکردهای پست و بررسی چگونگی تأثیر آنها بر توسعه کسب و کار اینترنتی پرداخته، و بررسی نموده است که تا چه اندازه و در چه زمینه‌هایی پست می‌تواند سبب ارتقای کسب و کارهای اینترنتی گردد. از اینرو نتایج حاصل از فرضیه‌های مورد بررسی و مدل تفصیلی تحقیق مبین این امر می‌باشند که ۸۹.۶ درصد از تغییرات توسعه کسب و کارهای اینترنتی تحت تأثیر عوامل بررسی شده قرار دارند. در خاتمه با توجه نتایج حاصل شده پیشنهاداتی در راستای بهبود کارکردها و تحقیقات آتی ارائه شده است.

**کلیدواژه‌ها:** صنعت پست، کارکردهای پست، توسعه کسب و کارهای اینترنتی

## ۱-مقدمه:

گسترش شیوه‌های پستی از گذشته تاکنون باعث تبدیل پست به عنوان یگانه رسانه ارتباطی ساده، ایمن، سریع، مقرون به صرفه و مطمئن شده است. خدمات پستی درگذشته به صورت کاملاً فیزیکی و دستی ارائه می‌شد لیکن با گذشت زمان و با توسعه اقتصاد و روابط کسب و کار در جامعه، خدمات پستی نیز دچار تغییرات گردید، که یکی از این تغییرات مهم در اثر وجود فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و کسب و کار اینترنتی می‌باشد. (Shaw Michael, Grean Michael, ۲۰۰۲). از سوی دیگر هزینه انتقال اطلاعات نیز کاهش چشمگیری یافت، به نحوی که هزینه انتقال یک فایل اینترنتی از لس آنجلس به نیویورک که در سال ۱۹۷۰ بالغ بر ۱۸۷ دلار بود، در سال ۲۰۰۰ به ۴۰ دلار و در سال ۲۰۰۹ به جزهزینه اصلی کالا به کمتر از ۱ دلار رسیده است. (UNDP, ۲۰۰۸, ص ۶۱). با توجه به این امر باید بیان نمود بیشترین تاثیر فناوری رایانه‌ای بر خدمات پستی کنونی کاهش مشتریان پست در زمینه نقل و انتقال اطلاعات است. (Anderson, ۲۰۰۳). این امر منجر به بروز تهدیدها و فرصتهایی برای پست شده است بطوری که در این زمینه می‌توان بیان نمود خدمات پستی در کنار کسب و کار اینترنتی قادرند این نوع کسب و کار را با تحویل محصولات به مشتریان چه به صورت تحویل محصول از شرکت‌ها به افراد و یا از شرکت به شرکت متحول نمایند (Robinson, ۲۰۰۵, pp: ۱۳). بررسی آماری در جهان نشان می‌دهد که خدمات پستی توانسته‌اند در کنار فعالیت‌های شرکت‌های مجازی بیشمار در جهان در تحویل محصولات مختلف از یک نقطه به نقطه دیگر در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه نقش خود را ایفا نمایند (Anderson, ۲۰۰۳). لذا شناسایی

چگونگی تأثیر پست بر کسب و کار اینترنتی و مدل سازی آن نیازمند یک تحقیق علمی مشخص است تا معلوم کند که تا چه اندازه و در چه زمینه هایی صنعت پست می تواند سبب توسعه ارتقای کسب و کارهای اینترنتی شود.

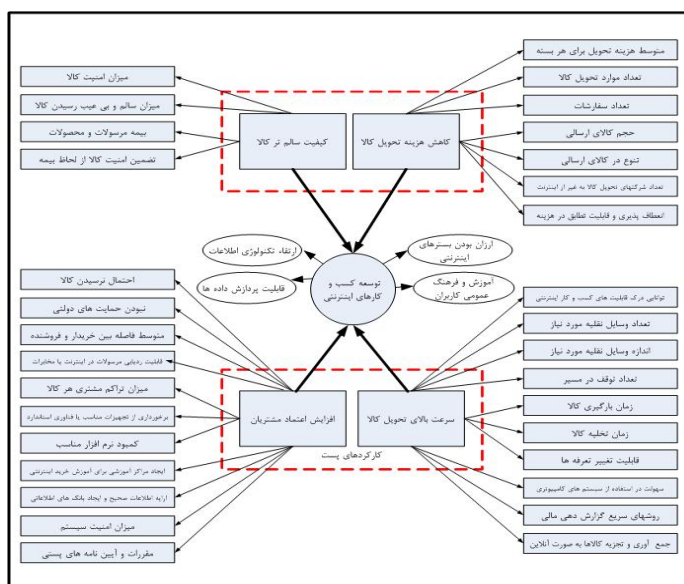
بدین ترتیب در بسیاری از نقاط جهان «پست» به عنوان یک نظام اثر بخش به منظور توزیع اطلاعات، ارتقاء و رشد کسب و کارهای کوچک و ارتباط جغرافیایی مردم در نقاط دور دست حیاتی است (Gwislen, 2004, ص: 25).

از این رو مطالعه حاضر در صدد پاسخ به این سوال اساسی است که کارکردهای صنعت پست (کاهش هزینه، سرعت بالاتر، کیفیت سالم تر کالا، افزایش اعتماد مشتریان) چگونه در توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر گذار می باشند؟ بنابراین تعیین میزان و نوع رابطه و تأثیر هر یک از این کارکردها در توسعه کسب و کارهای اینترنتی اهداف پژوهش حاضر را تشکیل می دهند.

## ۲- مروری بر ادبیات موضوع :

### ۱-۲- چارچوب نظری تحقیق :

در بررسی تحقیقات انجام شده در زمینه پست و کسب و کارهای اینترنتی عوامل متعددی را می توان یافت که نیاز به تحقیق و بررسی بیشتر دارند از آن جمله می توان به شناخت کارکردهای پست، دسته بندی و نهایتاً انتخاب مهمترین آنها اشاره نمود. چهار مورد از کارکردهای پست عبارتند از: "کاهش هزینه تحویل کالا"، "سرعت بالاتر تحویل کالا"، "کیفیت سالم تر کالا" و "افزایش اعتماد مشتریان" نمایش گرافیکی از روابط بین متغیرهای مورد بررسی در مطالعه حاضر در شکل ۱-۲ به تصویر کشیده شده است



شکل ۱-۲- مدل تحقیق

از اینرو فرضیه اصلی و فرعی تحقیق عبارتند از :

**فرضیه اصلی :** " کارکردهای پست (کاهش هزینه، سرعت بالاتر، کیفیت سالم تر و افزایش اعتماد مشتریان) بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر معنادار دارد."

**فرضیه های فرعی:**

۱- کاهش هزینه های تحویل در توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر معنادار دارد.

۲- سرعت بالاتر تحویل کالا در توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر معنادار دارد.

۳- کیفیت سالم تر تحویل محصولات در توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر معنادار دارد.

۴- افزایش اعتماد مشتریان در توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر معنادار دارد.

**تعریف مفهومی متغیرها:**

سرعت تحویل محصولات : حداقل زمانی که لازم است تا محصولی به صورت پستی به مقصد مورد نظر ارسال شود (دیانی، ۱۳۸۹).

هزینه تحویل محصولات : حداقل هزینه ای که لازم است تا محصولی به صورت پستی به مقصد مورد نظر ارسال شود (Anderson, 2003).

کیفیت سالم‌تر تحویل محصولات : حداقل خطای آسیب رسیدن به مرسولات پستی تا زمانی که به مقصد مورد نظر ارسال شود (Robinson, 2005).

اعتماد مشتریان : حداقل اعتماد که جهت تحویل محصولات به مشتریان اعلام می گردد (Robinson, 2005).

توسعه کسب و کارهای اینترنتی : کسب و کارهای اینترنتی به عنوان دسته ای از مدل های کسب و کار هستند که بر بستر اینترنت فعالیت می کنند و توسعه کسب و کارهای اینترنتی به معنی فراگیر شدن این نوع کسب و کارها از طریق رشد تعداد کاربران و محصولات قابل ارائه شد (Goldman, 2007, ص ۷۱).

جدول ۱- سنجه های تاثیر گذار بر هر یک از متغیرهای مستقل

متغیر	سنجه
کاهش هزینه تحویل	متوسط هزینه تحویل هر بسته ، تعداد موارد تحویل کالا (Minyoung park, 2003) ، تعداد سفارشات (Mikko panakivi, 2003) ، حجم کالاهای ارسالی (Negral and etc, 2006) ، تعداد شرکت های تحویل کالا غیر از پست (Mikko panakivi, 2003) ، انعطاف پذیری و قابلیت تطابق در هزینه (Gorge onofvei, 2005) و (Matthias Finger, 2005)
سرعت بالاتر تحویل	توانایی درک قابلیت های کسب و کار اینترنتی ، تعداد وسایل نقلیه مورد نیاز (Minyoung park, 2003) ، اندازه وسایل نقلیه مورد نیاز (Negral and etc, 2006) ، تعداد توقف در مسیر (زمان بارگیری کالا (Mikko panakivi, 2003) ، زمان تخلیه کالا (Mikko panakivi, 2003) ، قابلیت تغییر تعرفه ها (Major Ramakrishnan, 2000) ، روش های سریع گزارش دهی مالی (Major Ramakrishnan, 2000) ، جمع آوری و تجزیه کالاها به صورت آنلاین (گزارش بانک جهانی درباره پست, 2007)
کیفیت سالم تر تحویل	میزان امنیت کالا (Minyoung park, 2003) ، میزان سالم و بی عیب رسیدن کالا (Minyoung park, 2003) ، بیمه مرسولات و محصولات و تضمین امنیت کالا (Minyoung park, 2003)
افزایش اعتماد مشتریان	احتمال نرسیدن کالا (Marilyn A stone, 2005) ، نبودن حمایت های دولتی (Hongxiu Li, 2007) ، متوسط فاصله بین خریدار و فروشنده ، قابلیت ردیابی مرسولات در اینترنت یا مخابرات (اتحادیه جهانی پست, 2005) و (Richard Holbrooke, 2000) ، میزان تراکم مشتری برای هر کالا ، برخورداری از تجهیزات مناسب و یا فناوری استاندارد ، کمبود نرم افزار مناسب (Richard Holbrooke, 2000) ، ایجاد مراکز آموزشی برای آموزش مردم جهت خرید اینترنتی (Richard Holbrooke, 2000) ، آرایه اطلاعات صحیح و ایجاد بانک های اطلاعات مناسب (Richard Holbrooke, 2000) ، میزان امنیت سیستم (Major Ramakrishnan, 2000) ، مقررات و آیین نامه های پستی (Hongxiu Li, 2007)
توسعه کسب و کارهای اینترنتی (وابسته)	ارزان بودن بسترهای اینترنتی (Minyoung park, 2003) ، آموزش و فرهنگ عمومی کاربران ، ارتقاء تکنولوژی اطلاعات و قابلیت پردازش داده ها (Richard Holbrooke, 2000)

## ۲-۲- پیشینه تحقیق:

در راستای بررسی پیشینه تحقیقات مطالعات انجام شده در زمینه پست و کسب و کارهای اینترنتی در سایر کشورها به شرح جدول ۲ مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۲- مطالعات انجام شده در زمینه پست و کسب و کارهای اینترنتی

محقق	سال	موضوع مطالعه	نتایج
ameliaregan – minyoung park	۲۰۰۳	گسترش عملیات تحویل کالا در منزل	کسب و کار اینترنتی کالا هم به صورت سالمتر و هم به صورت مطمئن تر تحویل خریدار می شود
Richard Holbrooke	۲۰۰۰	مشکلات استراتژیکی توسعه کسب و کار اینترنتی در آفریقای شمالی	روشهای تحویل کالا از طریق سیستم پستی باید بهبود یابد.
mikko punakiv	۲۰۰۳	مقایسه روشهای مختلف تحویل کالا در منزل در رابطه با کسب و کار اینترنتی	توسعه کسب و کار اینترنتی سبب : ۱-افزایش میزان صحت کالا ۲-افزایش تعداد و تکرار تحویل کالا ۳- کاهش زمان می باشد.
hongxiu Li	۲۰۰۷	توسعه کسب و کار اینترنتی	طبق این تحقیق مشکلات زیادی در سیستم

در کشور چین	کسب و کار اینترنتی و تحویل کالا در زمینه پستی وجود دارد که باید با سیستمهای کارآمد مشکلات را حل نمود		
۲۰۰۷	خدمات پستی باتوجه به رفتار مشتریان	پاسخگویی مشتریان توسط ادارات پستی با سرعت واطمینان بیشتری انجام می شود و تقاضای خود را انجام ومحصولات خودرا تحویل بگیرند.	<b>Matthias finger</b>
۲۰۰۵	بررسی استراتژی سیستمهای حمل ونقل پستی در کشورهای اروپایی وتاثیر آنها درکسب وکار اینترنتی	شرکتهای پستی توانسته اند بخش اعظم خدمات حمل ونقل کالا رادر کشورهای اروپایی در دست بگیرد وتوانسته از این طریق به منافع مالی قابل توجه دست یابد.	<b>valention - : marilan.astone</b>
۲۰۰۰	کاربرد فناوری اطلاعات در سیستم روستایی	۱- سیستمها طوری طراحی شده اند که ضمن سرعت بالاتراز لحاظ قیمت مقرون به صرفه می باشند. ۲- سیستمها از لحاظ امنیت فیزیکی به گونه ای طراحی شده اند که اطلاعات مشتریان را کاملاً دقیق حفاظت نموده واز هرگونه تخلف جلوگیری می نماید. ۳- سیستمهای کمپیوتری ادارات پستی به راحتی می توانند اطلاعات مشتریان را درکسب وکار اینترنتی درمواقع لزوم برای فروشندگان تأمین نمایند	<b>Major ramakrishnan</b>
۲۰۰۵	تاثیر کسب وکار اینترنتی بر زنجیره تامین درکشور ایرلند	کسب وکار اینترنتی می تواند بعنوان روشی جدید برای انجام معاملات درکشور ایرلند مورد استفاده قرار گیرد ودارای پیامدهای اقتصادی واجتماعی زیادی است از طرفی کسب وکار اینترنتی می تواند بر ساختار صنایع ورقابت آنها در داخل وخارج کشور عمل نماید	Gorge onofvei
۲۰۰۷	صنعت پست در عصر اینترنت (مطالعه موردی در زمینه اصلاحات صنعت پست)	۱- استفاده از تجهیزات مدرن برای خدمات بهتر به مشتریان در بخش کسب وکار ۲- توسعه روشهای تحویل در مناطق فقیر ۳- ارائه محصولات بیشتر ومتنوع تر خریداری شده توسط مشتریان ۴- افزایش رضایت مشتریان ۵- افزایش صحت کالا ، سزعت تحویل ومیزان تعهد شرکت ۶- افزایش درآمد وبهره وری مالی ۷- افزایش انگیزه در کارکنان شرکت پست	گزارش بانک جهانی (world bank)
۲۰۰۵	دستیابی به بازارهای پستی	در این سالهای اخیر بازارهای پستی حالت پیچیده ورقابتی به خود گرفته و عامل زیر در خروج از حالت سنتی و انحصاری موثر بوده : ۱- فناوری اطلاعات واستفاده از اینترنت ۲- افزایش رقابت ناشی از این فناوری ۳- آزاد نمودن بازارها ۴- تغییر نیازهای مشتریان از نظر حساسیت و نیازهای مشتریان	هیات بین المللی upu (سازمان جهانی پست)

## ۳- روش شناسی تحقیق :

این پژوهش با در پیش گرفتن روش توصیفی-پیمایشی (غیر آزمایشی)، به شناسایی کارکردهای پست و بررسی چگونگی تأثیر آنها بر توسعه کسب و کار اینترنتی پرداخته، و در این راه جهت جمع آوری داده ها و تجزیه و تحلیل آنها، از ابزارهای گوناگونی بهره جسته است که می توان، به استفاده از اسناد و مدارک (شامل: منابع کتابخانه ای و اینترنتی)، مصاحبه با خبرگان و پرسشنامه اشاره نمود. اطلاعات مندرج در پرسشنامه تحقیق، با توجه به بررسی های انجام شده در ارتباط با تحقیقات سایر محققین و خبرگان بوده و در واقع از نوع پرسشنامه های محقق ساخته می باشد. از اینرو شاخص های مورد سنجش در تحقیق، پیش از آن که به نظرسنجی گذاشته شوند، در معرض قضاوت خبرگان و کارشناسان در دانشگاهها و شرکتهای مرتبط با موضوع تحقیق قرار گرفت که نهایتاً از پرسشنامه به عنوان ابزار جمع آوری داده ها استفاده به عمل آمد. پرسشنامه طراحی شده شامل ۳۵ سؤال می باشد که در چهار دسته ی کارکردهای پست دسته بندی و متغیر توسعه کسب و کارهای اینترنتی شده اند که در کاهش هزینه ۷ سؤال، در بخش سرعت بالا ۱۰ سؤال، در بخش کیفیت سالم تر ۴ سؤال و در بخش افزایش اعتماد مشتریان ۱۱ سؤال و در بخش توسعه کسب و کارهای اینترنتی ۳ سؤال طراحی شده است.

با توجه به ابزارهای استفاده شده در تحقیق، به منظور اعتباریابی ابزار اندازه گیری، پایایی و روایی ابزار به شرح ذیل مورد بررسی قرار گرفته است. برای محاسبه پایایی پرسشنامه مورد استفاده در تحقیق، تعداد ۱۰ نسخه از پرسشنامه طراحی شده بین جامعه آماری پژوهش که عبارت بودند از "مجموعه ای از خبرگان دانشگاهی دانشکده پست و مخابرات، و صاحبان کسب و کارهای اینترنتی شهر تهران در نیمه دوم سال ۱۳۸۹ که اعضای جامعه شناسایی شده بالغ بر ۴۰ نفر می باشند" به صورت جداگانه توزیع گردید و جوابهای حاصله در نرم افزار SPSS وارد شد که طبق محاسبات انجام شده آلفای کرونباخ جهت پرسشنامه تحقیق مقدار ۰/۹۱۶ بدست آمد، لذا نتیجه بدست آمده نشانگر آن بود که پرسشنامه های تحقیق، از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می باشد.

همچنین برای گردآوری داده ها از روش شمارش کامل افراد (سرشماری) استفاده گردید. از اینرو کل جامعه آماری تحقیق مد نظر قرار گرفت در این ارتباط تعداد ۴۰ پرسشنامه بین اعضای جامعه آماری توزیع گردید که تعداد ۳۶ پرسشنامه تکمیل شده از جامعه آماری عودت داده شد، فلذا داده های این پرسشنامه ها به عنوان مبنای تجزیه و تحلیل موضوع تحقیق از قرار گرفت.

به منظور تجزیه و تحلیل داده های تحقیق هم از آمار توصیفی و هم از آمار استنباطی استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی پارامترهای جنسیت، سابقه کار و تحصیلات مورد بررسی قرار گرفته که در قسمت جنسیت ۴ نفر (۱۱/۱ درصد) از پاسخگویان زن بوده و ۳۲ نفر (۸۸/۹ درصد) از پاسخگویان را مردان تشکیل داده اند. در قسمت سابقه کار، ۷ نفر (۱۹/۴ درصد) از پاسخگویان بین ۵ تا ۱۰ سال، ۵ نفر (۱۳/۹ درصد) بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۷ نفر (۱۹/۴ درصد) بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۷ نفر (۴۷/۲ درصد) از آن ها ۲۰ سال به بالا سابقه کار داشته اند. و در قسمت تحصیلات، ۱۴ نفر (۳۸/۹ درصد) از پاسخگویان دیپلم، ۸ نفر (۲۲/۲ درصد) کاردانی، ۸ نفر (۲۲/۲ درصد) کارشناسی و ۶ نفر (۱۶/۸ درصد) از آن ها دارای تحصیلات کارشناسی ارشد بوده اند.

در بخش آمار استنباطی، در راستای سنجش میزان همبستگی هر یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته از آزمون های همبستگی<sup>۱</sup> استفاده گردید. همچنین در جهت بررسی تأثیر کارکردهای پست بر روی توسعه کسب و کار اینترنتی از آزمون رگرسیون چندگانه<sup>۲</sup> بهره برداری بعمل آمده است.

## ۴- یافته ها:

### ۴-۱- فرضیه های فرعی تحقیق:

از آن جا که در این تحقیق از مقیاس فاصله ای با پیش فرض توزیع نرمال برای اندازه گیری متغیرها استفاده می شود، لذا ضریب همبستگی محاسبه شده ضریب همبستگی پیرسون است. (جدول ۳)

جهت بررسی هریک از فرضیه ها، آزمون فرض مربوطه (آزمون همبستگی پیرسون) و از آن جا که سطح معناداری آزمون ها کمتر از ۰.۰۵ می باشد و مقدار ضریب همبستگی پیرسون آنها به میزان قابل توجه ای بالا می باشد لذا همبستگی بین متغیرها با توسعه کسب و کارهای اینترنتی به صورت مثبت و نسبتاً قوی می باشد.

### جدول شماره ۳- نتایج آزمون همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	P Value (مقدار)
-------------	--------------	--------------	-----------------

- Correlation
- Multiple Linear Regression

	پیرسون r		
کاهش هزینه تحویل کالا	۰.۸۱۳	توسعه کسب و کارهای اینترنتی	۰.۰۰۰
سرعت بالاتر	۰.۸۲۸		۰.۰۰۰
کیفیت سالم تر کالا	۰.۵۸۳		۰.۰۰۰
اعتماد مشتریان	۰.۸۱۴		۰.۰۰۰

#### ۴-۲- فرضیه اصلی تحقیق:

فرضیه اصلی: "کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر گذار است"

آزمون رگرسیون چندگانه بین کارکردهای پست و توسعه کسب و کار اینترنتی انجام شد و با عنایت به جدول ۴ می توان نتیجه گرفت که کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر مثبت دارد. از آنجا که سطح معناداری آزمون از ۰.۰۵ کمتر می باشد لذا فرضیه اصلی تحقیق تأیید می گردد و با عنایت به مقدار **Beta** محاسبه شده جهت هر یک از عوامل می توان به اهمیت هر یک از متغیرهای مستقل پی برد. متغیرهای مستقل ورودی به این آزمون را می توان به ترتیب اهمیت به صورت، متغیر کاهش هزینه تحویل کالا (۰.۴۶۸)، سرعت بالاتر تحویل کالا (۰.۲۹۳)، کیفیت سالم تر (۰.۲۲۹) و اعتماد مشتریان (۰.۱۶۲) دسته بندی نمود.

#### جدول ۴- نتایج آزمون رگرسیون چندگانه بین کارکرد پست و توسعه کسب و کارهای اینترنتی

R Square	Coefficients		ANOVA (sig.)	متغیر وابسته	متغیر مستقل
	Constant	Beta			
۰.۸۹۱	۰.۳۸۴			توسعه کسب و کارهای اینترنتی	کارکرد های پست
		۰.۴۶۸	۰.۰۰۰		
		۰.۲۹۳	۰.۰۰۲		
		۰.۲۲۹	۰.۰۰۴		
	۰.۱۳۵	۰.۱۶۲	۰.۰۱۱		

#### ۴-۳- مقایسه با یافته های پژوهش های مشابه:

فرضیه های فرعی و اصلی تأیید شده در فوق در راستای تحقیقات محققین پیشین می باشد که در جدول ۴-۱ به طور خلاصه متناسب با فرضیه های محققین پیشین بیان شده است.

#### جدول ۴-۳ مقایسه نتایج تحقیق با نتایج سایر تحقیقات

فرضیه های فرعی و اصلی تحقیق	نظریه محققین پیشین در راستای فرضیه های اصلی و فرعی
الف- فرضیه فرعی اول: "کاهش هزینه تحویل کالا (از کارکردهای پست) بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر دارد."	<b>ameliaregan-minyoungpark</b> (۲۰۰۳): در سیستم کسب و کار اینترنتی کالا به صورت سالم تر و مطمئن تر تحویل خریدار می شود و هزینه هر چه پایین تر باشد منجر به افزایش کسب و کار اینترنتی می شود به عبارتی می توان گفت کاهش هزینه کالا بهترین و اساسی ترین مولفه اثرگذار بر کسب و کار اینترنتی است.
ب- فرضیه فرعی دوم "سرعت بالاتر تحویل کالا (از کارکردهای پست) بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر دارد."	<b>Richard Holbrooke</b> (۲۰۰۰): باید روشهای پرداخت قابل اعتماد و موثری در آفریقا در سیستم کسب و کار اینترنتی تدوین شود روش های تحویل کالا از طریق سیستم پستی باید بهبود یابد و سرعت در تحویل کالا بالاتر باشد منجر به افزایش کسب و کار اینترنتی است و سرعت بالاتر در تحویل کالا هم از بهترین مولفه های کسب و کار اینترنتی است.
ج- فرضیه فرعی سوم "کیفیت سالم تر کالا (از کارکردهای پست)	

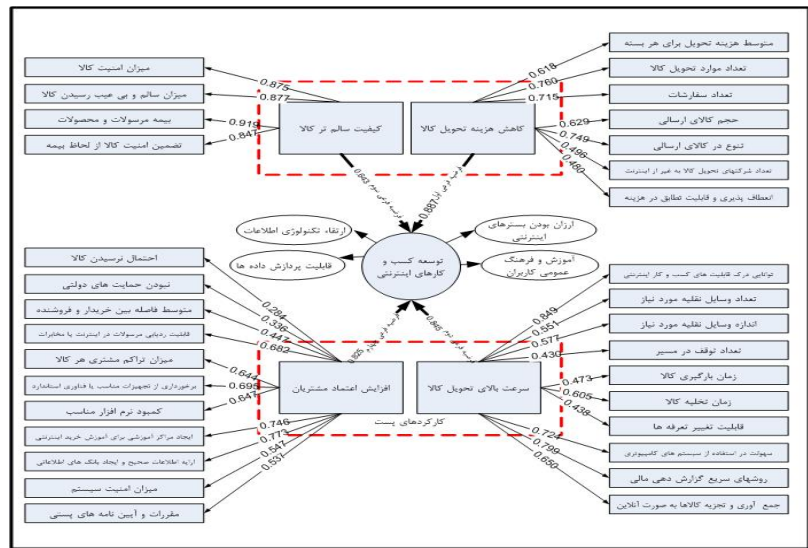
<p><b>mikko punakiv</b> (۲۰۰۳): توسعه کسب و کار اینترنتی سبب ۱-افزایش میزان صحت کالا ۲-افزایش تعداد و تکرار تحویل کالا ۳- کاهش زمان می باشد و کیفیت سالم تر کالا هم منجر به افزایش و توسعه کسب و کارهای اینترنتی خواهد شد و این مولفه هم در جای خود از اثر گذار ترین مولفه قلمداد می شود.</p>	<p>بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر دارد "</p> <p>د- فرضیه فرعی چهارم " افزایش اعتماد مشتریان (از کارکردهای پست) بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر دارد "</p>
<p><b>hongxiu Li</b> (۲۰۰۷): مشکلات زیادی در سیستم کسب و کار اینترنتی و تحویل کالا در زمینه پستی وجود دارد که با سیستم های کارآمد می توان مشکلات فوق را حل نمود .</p>	
<p><b>Major .ramakrishnan</b> (۲۰۰۰): این سیستم های اینترنتی طوری طراحی شده اند که هم از لحاظ قیمت مقرون به صرفه بوده وهم از سرعت بالاتر برخوردار می باشد. این سیستم از لحاظ امنیت فیزیکی و اطلاعاتی به گونه ای طراحی شده اند که اطلاعات مشتریان را کاملاً دقیق حفاظت نموده واز هرگونه تخلف جلوگیری می نماید. سیستم های کامپیوتری ادارات پستی به راحتی می توانند اطلاعات مشتریان را در کسب و کار اینترنتی در مواقع لزوم برای فروشندگان تامین نمایند و افزایش اعتماد مشتریان هم به عنوان مولفه اثر گذار در توسعه کسب و کار اینترنتی قلمداد می شود و منجر به توسعه کسب و کار های اینترنتی می شود.</p>	
<p><b>Matthias finger</b> (۲۰۰۷): پاسخگویی مشتریان توسط ادارات پستی با سرعت و اطمینان بیشتری انجام می شود و تقاضای خود را انجام و محصولات خود را تحویل بگیرند و مولفه افزایش اعتماد مشتریان هم می تواند در توسعه کسب و کار اینترنتی موثر باشد و به عنوان یکی دیگر از مولفه های خوب در توسعه کسب و کارهای اینترنتی می باشد .</p>	
<p>هیات بین المللی <b>upu</b> (۲۰۰۵): در سالهای اخیر بازارهای پستی حالت پیچیده و رقابتی به خود گرفته و چهار عامل اصلی در این بازارها سبب شده که آنها از حالت سنتی و انحصاری خارج نماید:</p> <p>۱- فناوری اطلاعات و استفاده از اینترنت برای ایجاد خدمات جدید و برای پوشش دادن محصولات و خدمات موجود</p> <p>۲- افزایش رقابت ناشی از این فناوری اطلاعات</p> <p>۳- آزاد نمودن بازارها</p> <p>۴- تغییر نیازهای مشتریان از نظر حساسیت و نیاز های مشتریان</p>	<p>فرضیه اصلی : "کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر گذار است "</p>
<p><b>valention - marilan.astone</b> (۲۰۰۵): شرکت های پستی توانسته اند بخش اعظم خدمات حمل و نقل کالا را در کشورهای اروپایی در دست بگیرد و توانسته از این طریق به منافع مالی قابل توجه دست یابد.</p>	

## ۵- بحث و نتیجه گیری:

همانطور که در آزمون فرضیه های فرعی و فرضیه اصلی تحقیق مشخص گردید، این نتیجه حاصل می گردد که کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی تأثیر گذار است . چهار کارکرد پست که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند عبارتند از کاهش هزینه تحویل کالا ، سرعت بالاتر تحویل کالا ، کیفیت سالم تر کالا و افزایش اعتماد مشتریان که هر کدام بر روی توسعه کسب و کارهای اینترنتی مطابق با جدول ۳ تأثیر گذار می باشند و همانگونه که در بخش ۴-۱ بیان گردید این نتایج در راستای نتایج حاصل از تحقیقات محققین پیشین بوده است . میزان تأثیر عوامل تعریف شده بر روی هر یک از کارکردهای پست و میزان تأثیر هر یک از کارکردهای پست بر روی کسب و کارهای اینترنتی مطابق با جدول ۴ مشخص گردید .

با توجه به نتایج حاصل از بررسی داده ها ، می توان مدل تفصیلی تحقیق را با در نظر گرفتن فرضیه های بیان شده در پژوهش و رابطه های میان عوامل تأثیر گذار در توسعه

کسب و کار اینترنتی برای هر یک از رابطه ها در قالب شکل ۵-۱ ترسیم نمود



شکل ۵-۱- مدل تفصیلی تحقیق

### ۵-۱- تاثیر متغیرهای مستقل و وابسته

در متغیر کاهش هزینه کالا از کارکردهای پست، شاخص متوسط هزینه تحویل هر بسته، تعداد موارد تحویل کالا، تعداد سفارشات، حجم کالاهای ارسالی، تعداد شرکت‌های تحویل کالا غیر از پست، انعطاف‌پذیری و قابلیت تطابق در هزینه، تنوع در کالاهای ارسالی به دلیل دارا بودن سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و مقدار ضریب همبستگی پیرسون دارای ارتباط مثبت و نسبتاً قوی با متغیر کاهش هزینه تحویل کالا دارند.

در خصوص سرعت بالاتر تحویل کالا از کارکردهای پست حاکی از این است که شاخص "توانایی درک قابلیت‌های کسب و کار اینترنتی"، "تعداد وسایل نقلیه مورد نیاز"، "تعداد توقف در مسیر"، "زمان بارگیری کالا"، "زمان تخلیه کالا"، "زمان تحلیه کالا" و "قابلیت تغییر تعرفه‌ها"، "سهولت در استفاده از سیستم‌های کامپیوتری" به دلیل اینکه دارای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشند و بنا به مقدار ضریب همبستگی پیرسون محاسبه شده آن‌ها این نتیجه حاصل می‌گردد که رابطه بین آنها و متغیر سرعت بالاتر تحویل کالا نسبتاً قوی و مثبت می‌باشد.

متغیرهای تأثیرگذار بر روی کارکرد کیفیت سالم‌تر کالا حاکی از این است که تمام شاخص‌های تعریف شده شامل "میزان امنیت کالا"، "میزان سالم و بی‌عیب رسیدن کالا"، "بیمه مرسولات و محصولات" و "تضمین امنیت کالا از لحاظ بیمه" بنا بر ضریب همبستگی پیرسون آنها و سطح معناداری به صورت قوی و مثبت در متغیر کیفیت سالم‌تر کالا مؤثر می‌باشند.

دراعتدای مشتریان، پست به این صورت می‌باشد که شاخص "احتمال نرسیدن کالا" و "نبودن حمایت‌های دولتی" به دلیل این که دارای سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا ارتباط آن با اعتماد مشتریان معنادار نمی‌باشد لکن "کمبود نرم افزار مناسب"، "ایجاد مراکز آموزشی برای آموزش مردم جهت خرید اینترنتی"، "متوسط فاصله بین خریدار و فروشنده"، "قابلیت ردیابی مرسولات در اینترنت یا مخابرات"، "میزان تراکم مشتری برای هر کالا"، "برخوردار بودن از تجهیزات مناسب و یا فناوری استاندارد"، "ارائه اطلاعات صحیح و ایجاد بانک‌های اطلاعات مناسب" و "مقررات و آیین‌نامه‌های پستی" دارای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بودن و بنا به مقدار ضریب محاسبه شده پیرسون دارای رابطه مثبت و نسبتاً قوی با متغیر اعتماد مشتریان می‌باشند.

### ۶- پیشنهادات:

۶-۱- پیشنهادات جهت بهبود پست و کسب و کارهای اینترنتی:



با عنایت به مدل تحقیق ترسیم شده در شکل ۵-۱ عوامل مؤثر بر کارکردهای پست، تأثیر کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی و میزان تأثیر هر یک مشخص شده است لذا با عنایت به نتایج حاصله از تحقیق جهت بهبود کارکردهای پست و توسعه کسب و کارهای اینترنتی موارد زیر پیشنهاد می گردد.

- ارتقای بیمه مرسولات
- کاهش هزینه تحویل کالاهای ارسالی
- ایجاد روش های کاهش احتمال نرسیدن کالا
- افزایش تعداد موارد تحویلی در بازه زمانی
- ارتقای قابلیت ردیابی مرسولات به وسیله اینترنت و
- ایجاد قابلیت جهت جذب تعداد سفارشات
- مخابرات
- استفاده از نرم افزارهای به روز
- ایجاد تنوع در کالاهای قابل ارسال
- استفاده از روش های پستی به روزجهانی
- شناخت قابلیت های کسب و کار اینترنتی
- تدوین و اجرای برنامه های آموزشی
- بهینه سازی آیین نامه های پستی
- استفاده بهینه از سیستم های رایانه ای
- بهبود روشهای ارتقای امنیت کالا

#### ۶-۲- پیشنهادات جهت تحقیقات آتی

آنچه که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت نقش چهار مقوله از کارکردهای پست بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی می باشد. آنچه مشخص است این موضوع است که در خصوص ارتباط پست و توسعه کسب و کارهای اینترنتی موضوعات زیادی جهت بررسی و تحقیق وجود دارد که محققان می توانند به آن ها توجه نمایند که از جمله آن ها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- شناخت کارکردهای پست
- شناخت عوامل مؤثر بر کارکردهای پست
- تأثیر متقابل کارکردهای پست بر روی همدیگر و بررسی تأثیر آنها بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی
- نقش هزینه تحویل بر ارتقای پست و توسعه کسب و کارهای اینترنتی
- بررسی تأثیر فناوری اطلاعات در ارتقای کارکردهای پست

برخی موضوعات مشابه و تأثیرگذار بر روی پست و توسعه کسب و کارهای اینترنتی نیز می توانند دستمایه پژوهش محققان قرار گیرند که از جمله آن ها می توان به بانکداری الکترونیک نام برد و تأثیر آن را بر کارکردهای پست و بر توسعه کسب و کارهای اینترنتی بررسی نمود.

#### منابع و مأخذ:

۱. حبیب پور، کرم، صفری، رضا، (۱۳۸۸)، راهنمای جامع کاربرد *SPSS* در تحقیقات پیمایشی، تهران، لویه متفکران
۲. سرمد، ز، بازرگان، ع و حجازی، ا، (۱۳۸۶)، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، تهران، آگه.
۳. سیدعباس زاده، میرمحمد، (۱۳۸۰)، روشهای عملی تحقیق در علوم انسانی، ارومیه، دانشگاه
۴. کامپنهود، کیوی - لوک وان، ریمون، (۱۳۸۷)، روش تحقیق در علوم اجتماعی، مترجم: عبدالحسین نیک گهر، تهران، فرهنگ معاصر.

۵. وایزبرگ، هربرت ف.، (۱۳۶۲)، درآمدی به تحقیق پیمایشی و تحلیل داده ها، مترجم: جمال

عابدی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی .

۶. Admonds, R., (۲۰۰۹). Mining Association Rules between Sets of Items in Large Databases. Proceedings of ACM SIGMOD-۹۳.

۷. Anderson, J., "Information Systems Security: Business Impacts," Spring (۲۰۰۳) Downtown Harrisburg, Pennsylvania Lecture Series: Current Issues in Business, April ۸, ۲۰۰۳- paper

۸. Chaffey, D., (۲۰۰۲). E-Business and E-Commerce Management, published by FT Prentice Hall.

۹. Chaudhury, Abijit; Jean-Pierre Kuilboer (۲۰۰۲). *e-Business and e-Commerce Infrastructure*. McGraw-Hill.

۱۰. Fery, J, P.(۲۰۰۲). Horting Hatches an Egg: A New Graph-Theoretic Approach to Collaborative Filtering. In Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining, San Diego, CA.

۱۱. Frieden, Jonathan D.; Roche, Sean Patrick (۲۰۰۶-۱۲-۱۹). "E-Commerce: Legal Issues of the Online Retailer in Virginia" (PDF). *Richmond Journal of Law & Technology* ۱۳ (۲).

۱۲. Goldman J., ed.(۲۰۰۷). Banking and Finance on the Internet. U.S.A.: John Wiley & Son.

۱۳. Grean Michael· Shaw Michael J, (۲۰۰۲), Supply-Chain Integration through Information Sharing:Channel Partnership between Wal-Mart and Procter & Gamble

۱۴. Grouplens research collaborative filtering system. In Proceedings of( ۲۰۰۷ Conference on Computer Supported Collaborative Work .

۱۵. Gwislen R, (۲۰۰۴), Role of post offices on socio-economical development, Busines research series , London, UK, ۱۲۳-۱۴۶.

۱۶. Halbrooke R, (۲۰۰۳), ASAFE, Sterategic Challenges for E commerce promotion in Central Africa , Schwab Entrepreneur Case study ,

۱۷. Hasler.R.(۲۰۰۹). "Electronic Commerce, Networked Readiness, and Trade Competitiveness." In Geoffrey Kirkman et al. eds. Global IT Readiness Report.Harvard University and World Economic Forum.

۱۸. Heeks, Richard and R. Duncombe, (۲۰۰۱). Information Technology and Communication Technology,A Handbook for Entrepreneurs in Developing Countries,Version ۱, IDPM, University of Manchester, UK, ..

۱۹. Li Hongsid, Suami R , (۲۰۰۷) , Ecommerce development in China: Opportunities or challenges. Paper
۲۰. Neda network Co, (۱۹۹۹), Iran's Telecom and Internet Sector: A Comprehensive Survey, (The Open Research Network, ۵۰۸۶ Avenida Oriente, Tarzana.
۲۱. Negral .L Roneshstayte , B. H. &Allais , W. J. (۲۰۰۶). *Entrepreneurship, Management, and the Structure of Payoffs*. Cambridge ,Massachusetts : The MIT Press.
۲۲. Onofrei G , (۲۰۰۵) , The impact of e commerce on the supply chain B۲B in Ireland , Stefan Cel Mare university , Romania.
۲۳. Park M , Regna A, (۲۰۰۳), Issues in emerging home delivery operation , University of California , Irvine.
۲۴. Post Office Network Consultation, A consultation Document , ۱۴ December (۲۰۰۶) , Department of Trade and Industry, London, SW۱H ۰ET,
۲۵. Punakivi M , (۲۰۰۳), Comparing alternative home delivery models for e –grocery buisiness.
۲۶. Ramakrishan M , (۲۰۰۰,) ,Application of information technology for rural postal system , CMC Center , Ghachibowly , Heidar Abad , India,
۲۷. Robinson, L., Marshall, G. W., & Stamps, M. B. (۲۰۰۵). Sales force use of technology: antecedents to technology acceptance. *Journal of Business Research*, ۵۸, ۱۶۲۳ – ۱۶۳۱.
۲۸. Stone Marilyn, A ۰ Valentina Carbone.( ۲۰۰۵) . Growth and relational strategies used by the European logistics service providers: Rationale and outcomes.
۲۹. UCED Working Paper ۱۰(۲۰۰۷)-۰۲, EDA University Center for Economic Development, Clemson University, Clemson, South Carolina
۳۰. UNDP , (۲۰۰۸) , IT and its economic consequences in developed urban societies, A case study, Serial case reports , Doc No : ۲۳D۶۷E/ work paper.
۳۱. UPU.(۲۰۰۵).Directorate of Economic and Regulatory Affairs International Bureau of the UP.
- ۳۲.World Bank, the postal industry in internet Age, Case studies in Postal Reform.