

## تأثیر گذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت با نقش تعدیلگر سن شرکت و تأثیر آن بر درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs) (مورد مطالعه: پنج شرکت برتر صادراتی به کشور روسیه)

شمس الدین نیک منش (نویسنده مسئول)

استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

[niksh1400@pnu.ac.ir](mailto:niksh1400@pnu.ac.ir)

پروانه محمدی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بین الملل، دانشگاه پیام نور واحد کرج، البرز، ایران

[parvaneh.mhmmmdi@gmail.com](mailto:parvaneh.mhmmmdi@gmail.com)

1

### چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین فساد ادراک شده و درجه بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط از طریق دیجیتالی شدن فرایند تجارت انجام شده است. همچنین، این تحقیق به بررسی اثر تعدیل کننده سن شرکت بر همبستگی بین فساد ادراک شده و دیجیتالی شدن فرایندهای تجارت می پردازد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. گردآوری داده ها به دو روش کتابخانه ای و میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه طیف لیکرت صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل سطوح مدیریت و کارشناسان ارشد پنج شرکت برتر صادراتی به کشور روسیه در تهران به تعداد ۱۱۳ نفر می باشد. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۷۸ نفر در نظر گرفته شده است که به صورت در دسترس انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده است مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمعیت شناختی و استخراج شاخص های مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که فساد ادراک شده با دیجیتالی شدن فرایندهای تجارت رابطه مثبت دارد. علاوه بر این، یافته ها نشان می دهد که دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری با درجه بین المللی شدن ارتباط مثبت دارد و دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری رابطه بین فساد ادراک شده و میزان بین المللی شدن را واسطه می کند. نقش تعدیلگر سن شرکت در تأثیرگذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت مورد تأیید قرار نگرفت.

**واژگان کلیدی:** فساد ادراک شده، دیجیتالی سازی فرآیند تجارت، تعدیلگر سن شرکت، درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط

## مقدمه

یک ضرب المثل وجود دارد که این مفهوم را مطرح می‌کند که فساد درجایی رونق می‌گیرد که هیچ دنباله کاغذی وجود ندارد، یا در حال حاضر، هیچ دنباله دیجیتالی وجود ندارد (Haafst, 2017; Transparency International, 2020). این شامل مشکلات دشواری ذاتی است که در مبارزه با فساد به وجود می‌آیند، زمانی که ملت‌ها از دستگاه‌ها و سیستم‌های قوی برای مقابله با آن برخوردار نیستند. طبق گزارش مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۹)، فساد، سرقت، رشوه و سایر جریان‌های مالی غیرقانونی سالانه ۱.۲۶ تریلیون دلار برای کشورهای در حال توسعه هزینه دارد. فساد به‌عنوان هرگونه فعالیت غیرقانونی - از جمله رشوه‌خواری، کلاهبرداری و جعل و تقلب - که از طریق سوءاستفاده از "اختیارات یا قدرت توسط صاحبان دفتر عمومی (دولتی) یا خصوصی (شرکت‌ها) برای سود و منافع شخصی، مالی یا غیر آن انجام می‌شود، تعریف شده است (Bahoo et al, 2019). به همین ترتیب، فساد یک محدودیت قوی برای رشد و توسعه محسوب می‌شود که بسیاری از کشورها برای مقابله با آن اقدامات کافی انجام نمی‌دهند (Transparency International, 2020). ادبیات موجود در مورد تأثیرات فساد بر نتایج سطح شرکت یافته‌های متفاوتی به همراه داشته است. ابتدا، در حضور ساختارهای نهادی ملی ضعیف، فساد راهی برای "چرب کردن چرخ‌ها" در نظر گرفته می‌شود که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بر رویه‌های بوروکراتیک دست و پاگیر و قوانین سختگیرانه غلبه کنند (Hanousek and Kochanova, 2016; Lein, 1986). دوم، برخی از محققان معتقدند فساد به دلیل رفتارهای رانت جوینانه مقامات دولتی که به طور بالقوه هزینه‌های مبادله و عدم اطمینان را برای شرکت‌ها افزایش می‌دهد، عملکرد اقتصادی را تضعیف می‌کند (Kaufmann and Wei, 2000; Murphy et al, 1991). سوم، درحالی‌که برخی از مطالعات در سطح شرکت نشان می‌دهد که فساد برای رشد شرکت، عملکرد و نوآوری مضر است، دیگران نشان می‌دهد که فساد به‌طور مؤثری باعث رشد می‌شود (Vial and Hanoteau, 2010). به طور کلی، این یافته‌ها نشان می‌دهند که فساد به روش‌های مختلف بر نتایج سطح شرکت تأثیر می‌گذارد. با توجه به چنین یافته‌های مختلفی، شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای مجبور به نوآوری و اتخاذ فرآیندهایی هستند که رقابت پذیری آنها را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، ظهور عصر دیجیتال نیاز به برخی محصولات فیزیکی را کاهش داده است (Steenkamp, 2020). با این حال، در سطح جهانی، بسیاری از شرکت‌ها - و به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) - در پذیرش دیجیتالی شدن و فرآیندهای دیجیتال از رقبای خود عقب هستند. مطالعه اخیر کسب و کار بین المللی نشان می‌دهد که قوانین داخلی قوی برای به حداقل رساندن اثرات منفی فساد بر شرکت‌ها مورد نیاز است (Bahoo et al, 2019).

علی‌رغم تلاش‌های فزاینده در بررسی تأثیر فساد بر استراتژی‌های شرکت، ادبیات تجارت بین‌الملل برخی از شکاف‌های تحقیقاتی مهم را نشان می‌دهد. اولاً، اگرچه فساد همچنان یک نیروی قدرتمند است که به طور بالقوه سرمایه‌گذاران را باز می‌دارد یا سرمایه‌گذاری را محدود می‌کند و بر توسعه اقتصادی تأثیر منفی می‌گذارد، درک ما از تأثیر فساد ادراک شده (کشور مبدا) در زمینه دیجیتالی سازی فرآیند تجارت هنوز کامل نشده است. مسلماً دیجیتالی شدن، که احتمالاً شکاف فناوری را از بین می‌برد، این پتانسیل را دارد که به اقتصادهای نوظهور و همچنین افزایش کارایی عملکردهای دولتی و خصوصی کمک کند (Getz and Volkema, 2001; Habib and Zurawicki, 2002; Rose-Ackerman, 2016; You et al, 2020; You et al, 2019). با این حال، چگونگی تأثیر فساد در کشور مبدا بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی شده نامشخص است. دوم، شرایطی که تحت آن فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت تأثیر می‌گذارد، از وضوح نظری برخوردار نیست. بر این اساس، ما پیشنهاد می‌کنیم که سن شرکت ممکن است شرط مرزی این همبستگی باشد. سوم، در حالی که تحقیقات گسترده‌ای در مورد تأثیر فساد در زمینه شرکت‌های بزرگ انجام شده است (Athanasouli et al, 2012; Jiang and Nie, 2014; Sharma and Mitra, 2015)، مطالعات کمی تأثیر فساد را بر درجه

بین المللی سازی (شدت فعالیت های سرمایه گذاری بین المللی که توسط شرکت انجام می شود) در زمینه SMEs بررسی کرده است. رواج شرکت های بزرگ به عنوان یک محیط تحقیقاتی قابل درک است زیرا چنین شرکت هایی که معمولاً دارای منابع بزرگ هستند، شرایط ایده آلی برای بررسی تأثیر فساد بر نتایج شرکت در تجارت بین المللی هستند. چهارم، در حالی که اثرات فساد ادراک شده بر درجه بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط به طور شهودی جذاب است، درک ما از مکانیسم های میانجی این رابطه ضعیف است. علاوه بر این، شرکت های کوچک و متوسط فاقد دانش و تجربه بازار خارجی هستند و از مسئولیت کوچک و جدید بودن رنج می برند که به نوبه خود آنها را در هنگام بین المللی شدن مستعد فساد می کند (Lu & Beamish, 2001; Maekelburger et al, 2012).

## مبانی نظری

### نهادهای فساد

دیدگاه نهادی برای بررسی چگونگی کمک فساد ادراک شده به شرکت های کوچک و متوسط برای دیجیتالی شدن و در نهایت افزایش فعالیت های فرامرزی خود استفاده شده است (Elango and Dhandapani, 2020). فرض اساسی دیدگاه نهادی این است که نهادها در شکل دهی به رفتار شرکت ها و انتخاب های استراتژیک، از جمله بین المللی شدن اهمیت فراوانی دارند (Elango and Dhandapani, 2020; Peng et al, 2009). نورث (۱۹۹۰) نهادها را به صورت قواعد بازی در یک جامعه یا به طور رسمی تر، محدودیت های طراحی شده توسط انسان تعریف می کند که تعامل انسان را شکل می دهند. همچنین مطرح شده است که نهادها زمینه فعالیت های اقتصادی، قوانین و دستورالعمل های مربوط به مبادلات اقتصادی را مشخص می کنند (Blau, 1964). نهادها بر تخصیص منابع در یک کشور تأثیر می گذارند. به این ترتیب، کیفیت نهادی و انتخاب های استراتژیک ثابت از جمله استراتژی های غیر بازاری را هدایت می کنند. مدیران بر اساس درک خود از محیط نهادی که در آن فعالیت می کنند، بین انواع مولد و غیرمولد ایجاد ارزش تمایز قائل می شوند (Collins et al, 2016). با توجه به اینکه منابع به آن دسته از فعالیتها اختصاص داده می شود که بالاترین بازده بالقوه را دارند، بار نهادی می تواند فعالیت های کارآفرینانه غیرمولد مانند کارآفرینی رانت جوینان (Coyne et al, 2010) یا مخرب (Desai et al, 2013) و همچنین فعالیت های کارآفرینانه مولد نوآوری محصول (Brixiova, 2013) را ارتقا دهد. به عنوان مثال، وقتی مدیران محیط را سنگین می دانند، ممکن است به رانت جویی مانند لابی و فساد روی آورند (Murphy et al, 1993). یکی از علل اصلی فساد ماهیت نظام سیاسی و اقدامات دولت است (Rose-Ackerman, 2016). در یک زمینه نهادی ضعیف و فاسد، رانت جویی بسیار فراگیر می شود و مقامات دولتی را قادر می سازد تا از طریق سیاست ها، قوانین و مقررات مختلف بر اقدامات شرکت ها تأثیر بگذارند و اقدامات اجباری را اتخاذ کنند. در چنین شرایطی، شرکت ها بر ایجاد روابط شبکه ای با مقامات دولتی تکیه می کنند و از استراتژی های غیر بازاری برای مقابله با فساد در بازار معین استفاده می کنند (Rodgers et al, 2019).

مفهوم فساد به طور کلی شامل همه اقداماتی است که باعث سوء استفاده از منابع عمومی برای منافع شخصی می شود (ربیعی، ۱۳۸۳). به طور خاص، فساد ماهیت رایج و نهادینه شده رشوه را در جامعه توسعه می دهد و عملکرد بازار را تحت تاثیر قرار می دهد (Lee and Oh, 2007). ماهیت چند وجهی فساد و شیوه های فساد آمیزی شامل فساد کلان (شامل مقامات عالی رتبه با اختیارات در سیاست دولت) و فساد کوچک (شامل مقامات سطح پایین که دسترسی به خدمات اساسی را کنترل می کنند) می باشد (Heineman and Heimann, 2006).

فساد اداری به عنوان سوءاستفاده نهادینه شده شخصی از منابع عمومی و دولتی توسط کارگزاران خدمات عمومی تعریف شده است. فساد اداری همچنین به معنای فروش دارایی های دولتی توسط مقامات دولتی یا استفاده از اموال عمومی به نفع

خود یا خویشاوندان است. سیستم اداری هر کشور دارای مجموعه ای از قوانین و مقررات اداری مدون است که چارچوب فعالیت های اداری قابل قبول را مشخص می کند. در این صورت هرگونه رفتاری که مغایر با این قوانین و مقررات باشد و انگیزه ارتکاب آنها انتفاع فردی بوروکراتها یا دوستان آنها باشد، فساد اداری محسوب خواهد شد (خضری، ۱۳۸۱). فساد مستلزم پیوند با ذینفعان مربوطه است که بر اساس منافع شخصی خود عمل می کنند و این پتانسیل را دارند که عملکرد کامل بازارها و رقابت بازار را مخدوش کنند (Meschi, 2009). علاوه بر این، در برخی از اقتصادهای نوظهور، فساد سازمان یافته وجود دارد که به موجب آن عوامل سیاسی در ازای انجام وظایف اساسی دولتی خود رشوه می گیرند (Shleifer and Vishny, 1998). بنابراین ما از دیدگاه سازمانی برای بررسی چگونگی انجام این کار استفاده می کنیم. فسادی که در کشور مبدأ رخ می دهد می تواند بر دیجیتالی شدن فرآیندهای تجاری بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط تأثیر بگذارد. مدیرانی که شاهد فساد بیشتر در محیط کسب و کار هستند، راه هایی برای محافظت از سرمایه سرمایه گذاران خود پیدا می کنند. به این ترتیب، آنها به احتمال زیاد کسب و کار خود را توسعه داده و اداره می کنند (Cuervo-Cazurra, 2016).

### فساد ادراک شده و دیجیتالی سازی فرآیند تجارت

استفاده از اینترنت برای انجام فعالیت های تجاری در چندین کشور رایج شده است. اصطلاح تجارت الکترونیکی به استفاده از اینترنت و سایر زیرساخت های مرتبط برای حمایت از فعالیت های تجاری اشاره دارد (Berthon et al, 2008). به طور خاص، فعالیت های تجارت الکترونیک نشان دهنده استفاده از اینترنت برای جمع آوری اطلاعات رقابتی، تعامل با اعضای کانال و انجام معاملات تجاری آنلاین است (Chaffey et al, 2019). دیجیتالی شدن فرآیندهای تجاری به مراحل ذاتی تغییر در روشهای قدیمی انجام فعالیتهای تجاری از جمله بکارگیری کانال های رقابتی اطلاعات و ارتباطات به پلتفرم های آنلاین دیجیتال اشاره دارد (BarNir et al, 2003). در این مطالعه، ما از دیجیتالی شدن فرآیندهای تجاری به عنوان استفاده از اینترنت برای انجام کار یاد می کنیم. فعالیتهای تجاری - مانند بازاریابی یا فروش، جمع آوری اطلاعات، ارتباطات و کارهای اداری (به عنوان مثال، خرید یا توزیع)

دیجیتالی شدن و اتخاذ فناوری های جدید به خودی خود بعید به نظر می رسد که مزیت رقابتی پایداری داشته باشد. بلکه این سازمان مرکزی است که می تواند فرآیندها و ساختارهایی را ایجاد کند که بتوانند با بهبود نحوه عملکرد زنجیره ارزش خود و ارتباط با ذینفعان خود - مانند تامین کنندگان و مشتریان، از آن سود ببرند. چنین پیشرفت هایی به احتمال زیاد منجر به کاهش هزینه ها و تأخیرها و بهبود شرکت می شود (Amankwah-Amoah and Adomako, 2019).

همچنین، اینترنت یک ابزار موثر و نسبتاً ارزان برای بررسی محیطی یا تحقیقات بازار است. بنابراین، وقتی فساد فراگیر است، شرکت ها ممکن است فرآیندهای دیجیتالی سازی خود را برای شناسایی فرصت های تجاری و جمع آوری حجم عظیمی از اطلاعات مناسب برای رفع نقاط ضعف ناشی از فساد در محیط کسب و کار، بهبود بخشند. این تصور که دیجیتالی کردن تمرکززدایی و شفافیت را تسهیل می کند، شرکت ها را ترغیب می کند تا روند دیجیتالی شدن خود را برای افزایش کارایی و اثربخشی خدمات خود بهبود بخشند. سرمایه گذاری در فرآیندهای تجاری دیجیتالی می تواند یک استراتژی مناسب بازار برای غلبه بر هرگونه عمل فاسد ناشی از محیط های ضعیف نهادی باشد. بعلاوه، این امر به شرکت ها کمک می کند تا بر موانع بروکراتیک از طریق ارائه خدمات مستقیم و ارتباط با ذینفعان خود غلبه کنند (Cordella and Tempini, 2015). ادراک فساد شاخصی است که از سال ۱۹۹۵ هرساله توسط سازمان شفافیت بین الملل مستقر در برلین منتشر می شود و کشورها را بر اساس سطح درک شده از فساد در بخش دولتی، که توسط ارزیابی های تخصصی و نظرسنجی ها تعیین می شود، رتبه بندی می کند و مقدار عددی آن بین صفر و ده می باشد. با نزدیک شدن این شاخص به مقدار ۱۰ از میزان فساد اداری کاسته

شده و با میل نمودن این متغیر به صفر بر میزان فساد اداری افزوده میشود. همچنین اطلاعات جامعی در خصوص موارد مختلف فساد اداری نظیر ارتشا و اختلاس توسط کارمندان دولتی را ارائه مینماید. لازم به ذکر است شاخص ها و معیارهای موجود در زمینه ی محاسبه ی فساد اداری ذهنی بوده و بر اساس بررسی ها و نظرسنجی های مؤسسه های بین المللی نظیر بانک جهانی و راهنمای ریسک بین المللی کشورها استخراج میشود. ادبیات موجود نشان می دهد فساد در شرایطی رخ می دهد که چارچوب نهادی یک کشور ضعیف است و عملکرد ضعیفی دارد، مانند اقتصادهای در حال توسعه که نهادهای رسمی شکننده دارند و در حال تحول هستند (De Vaal and Ebben, 2011). بر این اساس، در یک کشور معین، فساد ادراک شده به احتمال زیاد شرکت را ترغیب می کند تا دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری را به عنوان ابزاری برای دور زدن هرگونه موانع در انجام تجارت و نشان دادن شفافیت در نحوه انجام وظایف تجاری خود به سرمایه گذاران و مشتریان بالقوه نشان دهد. علاوه بر این، با توجه به اینکه، در بسیاری از اقتصادها، فساد به عنوان یک مانع اصلی برای تجارت شناخته می شود، به احتمال زیاد مدیران با ایجاد فرایندها و رویه هایی با هدف کاهش اثرات آن بر فعالیت های سطح شرکت، از جمله بین المللی سازی، واکنش نشان می دهند (Cuervo-Cazurra, 2006). هنگامی که زیرساخت های دیجیتالی ایجاد می شوند، شرکت ها فرصت های الکترونیکی را برای بهبود موقعیت رقابتی خود و پیگیری اهداف استراتژیک خود بدست می آورند (Feeny, 2001). از آنجایی که موسسات انتخاب های استراتژیک شرکت ها را شکل می دهند، شرکت ها ممکن است برای غلبه بر رفتار رانت جویانه مقامات دولتی بر دیجیتالی سازی فرایندهای تجاری خود تکیه کنند. در برابر چنین پس زمینه ای، دیجیتالی سازی فرآیند تجارت مکانیسم های نظارت بیشتری را برای مقابله با فساد به شرکت ها ارائه می کند و به نوبه خود مزیت رقابتی آنها را افزایش می دهد. بنابراین، شرکت ها می توانند از دیجیتالی کردن فرایندهای تجاری خود به عنوان یک استراتژی فرار مناسب برای کاهش فساد در بازار خود استفاده کنند (Yamakawa et al, 2008). با بهره گیری از دیجیتالی سازی فرآیند تجارت شرکت ها از فساد جلوگیری می کنند که به نوبه خود عملکرد و کارایی آن ها را افزایش می دهد (Lupu, 2015 and Lazăr). برای مثال، انتشار فناوری های دیجیتال در فرایندهای تجاری به ذخیره، پردازش، انتقال و گزارش اطلاعات مهم به سهامداران شرکت کمک می کند (Turban et al, 2015).

### نقش تعدیل گر سن شرکت در رابطه با فساد ادراک شده و دیجیتالی سازی فرآیند تجارت

با توجه به روندهای اخیر دیجیتالی شدن و سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات که توسط استارت آپ ها نشان داده شده است، همبستگی بین فساد و دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری در SME های جوان نسبت به شرکت های بالغ مثبت تر است. شرکتهای بالغ در موقعیت بهتری برای ایجاد مشروعیت با توسعه و پرورش روابط با ذینفعان مختلف و توسعه روالها و فرایندهای داخلی مشخص قرار دارند (Fichman and Kemerer, 1993; BarNir et al, 2003; Rafiq et al, 2016). مسئولیت ساختار جدید، لنز مفیدی را ارائه می دهد که از طریق آن می توان این مسئله را مشاهده کرد (Li et al, 2016). شرکتهای جوان نسبت به شرکتهای قدیمی، با موانع ذاتی مانند عدم شناخت بازار و ناتوانی در جذب مشتری و سرمایه گذار روبرو هستند (Stinchcombe, 1965). با این حال، شرکتهای جدید اغلب با تعهدات قبلی و روال قدیمی درگیر می شوند که می تواند عملیات و فرایندهای آنها را محدود کند و بنابراین می توانند سریعتر عمل کنند (Amankwah-Amoah and Debrah, 2017). همچنین، دیدگاه تغییر استراتژیک نشان می دهد که پذیرش تغییرات ساختاری، مانند دیجیتالی شدن فرایند، یک فرایند تغییر سازمانی است که شامل مذاکرات، تغییرات سیاسی و اجتماعی در یک شرکت است (Clausen and Koch, 1999). علاوه بر این، پذیرش فناوری های جدید به طور معمول منوط به اجرای ساختارهای نهادی مناسب برای اطمینان از اجرای آنها است. با این حال، مسئولیت چشم انداز رشد نشان می دهد که شرکت های قدیمی ممکن است در ایجاد

تغییرات در روال عادی و اتخاذ فناوری های جدید دچار مشکل شوند (Coad et al, 2013). این نشان می دهد که ویژگی های شرکت های قدیمی ممکن است مانع بکارگیری تغییرات دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری توسط آنها شود. SME های جدید با توجه به نقش مهمی که فناوری های ICT در تسهیل فعالیت های زنجیره ارزش جهانی ایفا می کنند، دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری را قبل یا بلافاصله پس از تاسیس آغاز می کنند. با توجه به این وضعیت، انتظار می رود آثار مثبت فساد ادراک شده بر دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری در شرکت های جوان بیش از شرکت های بالغ باشد.

### بین المللی شدن

در طول دو دهه گذشته، علاقه به بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط به سرعت رشد کرده است زیرا پتانسیل آنها برای انجام تجارت بین المللی شناخته شده است (Ribau et al, 2018). بین المللی سازی به عنوان فرآیند گسترش فعالیت های یک شرکت به خارج از مرزهای بازار داخلی تعریف شده است (Oesterle et al, 2016). کارآفرینی بین المللی "کشف، تصویب، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها - در آن سوی مرزهای ملی - برای ایجاد کالاها و خدمات آینده" تعریف شده است (Oviatt and McDougall, 2005). بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط متأثر از زمینه کشورهای هدف خارجی و اقتصاد داخلی و نیز ویژگی های خود شرکت است. یکی از دلایل این حساسیت نسبت به زمینه این است که بسیاری از شرکت های کوچک و متوسط بین المللی شده احتمالاً به حمایت خارجی، به ویژه از سوی نهادهای داخلی نیاز دارند. شرکت های کوچک و متوسط اغلب با مسئولیت کوچک روبرو هستند که در کمبود منابع مالی و اطلاعات دقیق بازار خارجی آشکار می شود (Kahiya & Dean, 2016). برای جبران، شرکت های کوچک و متوسطی که بین المللی سازی را انجام می دهند معمولاً به شبکه سازی با ارائه دهندگان منابع خارجی متکی هستند (Paul et al, 2017). علاوه بر این، شرکت های کوچک و متوسط ممکن است مجبور باشند شرایط نهادی و فرهنگی در بازارهای خارجی را به عنوان داده های زمینه ای بپذیرند، زیرا درک کمی از نحوه مذاکره با آنها دارند (Vendrell-Herrero et al, 2017).

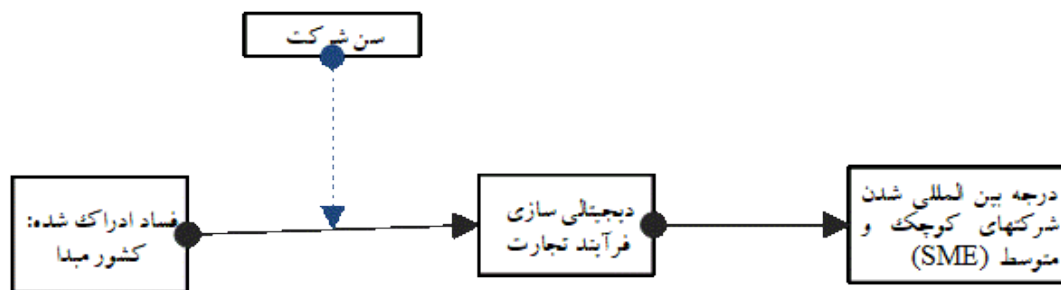
کارآفرینی بین المللی به عنوان کشف، تصویب، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها - در آن سوی مرزهای ملی - برای ایجاد کالاها و خدمات آینده تعریف شده است، روندی که به موجب آن شرکت مشارکت خود را در بازارهای بین المللی افزایش می دهد (Oviatt and McDougall, 2005). در واقع، بین المللی سازی مسیر رشد مهمی را برای شرکت های کوچک و متوسط نشان می دهد، زیرا آنها از پیگیری فعالیت های فرامرزی سود می برند (Adomako et al, 2017). بین المللی شدن به معنای عبور جریان گسترده کالاها، خدمات و مردم از مرزهای دولتی و در نتیجه افزایش سهم مبادلات فراملی نسبت به مبادلات داخلی همراه با کاهش سطح مقررات تأثیرگذار بر آن جریان تعریف شده است (Zweig, 2002). بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط متأثر از زمینه کشورهای هدف خارجی، اقتصاد داخلی و نیز ویژگی های خود شرکت است. یکی از دلایل این حساسیت نسبت به زمینه این است که بسیاری از شرکت های کوچک و متوسط بین المللی شده احتمالاً به حمایت خارجی، به ویژه از سوی نهادهای داخلی نیاز دارند. شرکت های کوچک و متوسط اغلب با مسئولیت کوچک روبرو هستند که در کمبود منابع مالی و اطلاعات دقیق بازار خارجی آشکار می شود (Kahiya & Dean, 2016). برای جبران، شرکت های کوچک و متوسطی که بین المللی سازی را انجام می دهند معمولاً به شبکه سازی با ارائه دهندگان منابع خارجی متکی هستند (Paul et al, 2017). علاوه بر این، شرکت های کوچک و متوسط ممکن است مجبور باشند شرایط نهادی و فرهنگی در بازارهای خارجی را به عنوان داده های زمینه ای بپذیرند، زیرا درک کمی از نحوه مذاکره با آنها دارند (Vendrell-Herrero et al, 2017).

تمایز بین سرعت اولیه بین المللی سازی (مربوط به زمان بین تاسیس یک شرکت و اولین فعالیت بین المللی آن) و سرعت پس از ورود (زمان بین اولین و فعالیت های بین المللی بعدی) به ویژه برای موفقیت/شکست و رشد بلندمدت سرمایه گذاری

های بین المللی مبتنی بر دانش و فناوری جدید حیاتی است (Prashantham and Young, 2011). در حالی که برخی از شرکتهای کوچک و متوسط به دلیل کمبود دانش در مورد بازارهای خارجی، ریسک پذیری زیاد، عدم اطمینان قابل درک یا عوامل مشابه، به تدریج بین المللی می شوند، برخی دیگر که به عنوان جهانی متولد می شوند و از ابتدای تأسیس یا خیلی زود پس از آن بین المللی می شوند. این تحول به شرایط رقابتی بازار جهانی ناشی از رفع موانع تجاری، تحولات جدید و افت قیمت در حمل و نقل و فناوری های ارتباطی و افزایش تعداد افراد با تجربه بین المللی نسبت داده شده است. (Oviatt and McDougall, 1994; Acedo and Jones, 2007). بین المللی شدن نتیجه نهایی تلاش یک شرکت برای بهبود شبکه های روابط خود می باشد که فرصت های اعتماد سازی، یادگیری و دانش را فراهم می کند که ورود سریع و موفقیت آمیز به عرصه بین المللی را امکان پذیر می کند.

به این ترتیب، با توجه به چارچوب نظری تحقیق می توان ارتباط میان متغیرهای تحقیق را در قالب مدل مفهومی زیر ترسیم کرد. با تجزیه و تحلیل و بررسی انواع مدل های ارائه شده در حوزه مبانی نظری تحقیق آدوماکو و همکاران (۲۰۲۱) به دلیل جامعیت و دربرداشتن کلیه متغیرهای تحقیق و نزدیکی به اهداف اصلی تحقیق از مقاله نامبردگان اقتباس گردیده است. در مدل ذیل فساد ادراک شده به عنوان متغیر مستقل، درجه بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط به عنوان متغیر وابسته، دیجیتالی سازی فرآیند تجارت به عنوان متغیر میانجی و سن شرکت به عنوان متغیر تعدیلگر می باشد.

7



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

مطابق با مدل مفهومی فوق، فرضیات تحقیق به شرح جدول زیر تدوین گردیده است:

- ۱- فساد ادراک شده در کشور مبدا با دیجیتالی شدن فرایندهای تجارت رابطه مثبت دارد.
- ۲- دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری با میزان بین المللی شدن ارتباط مثبت دارد.
- ۳- دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری رابطه بین فساد ادراک شده و میزان بین المللی شدن را واسطه می کند.
- ۴- فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت با نقش تعدیلگر سن شرکت تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

### روش تحقیق

در این پژوهش، برای جمع آوری اطلاعات موردنظر، از دو روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. ابتدا به مطالعه ادبیات تحقیق در باب متغیرهای ذکر شده پرداخته شد و در گام بعدی به شناسایی و بررسی مدل مفهومی و همچنین فرضیات تحقیق پرداخته شد. برای گردآوری اطلاعات میدانی از ابزار پرسشنامه که از مطالعات آدوماکو و همکاران (۲۰۲۱) اقتباس شده

است، استفاده گردید. پرسشنامه ای که در این تحقیق به کار گرفته شده است شامل دو بخش سؤالات جمعیت شناختی و بخش سؤالات اختصاصی بوده که متشکل از ۲۴ سوال است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های آماری تحقیق از دو روش استفاده شد. برای توصیف متغیرهای تحقیق از آمار توصیفی از طریق پارمترهایی مانند میانگین، فراوانی، انحراف معیار و غیره و از نرم افزار آماری SPSS 24 بهره گرفته شد و برای آزمون فرضیات از آمار استنباطی از طریق مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار آماری Smart PLS استفاده گردید. روش تحقیق از حیث هدف کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی و به دنبال یافتن روابط علی میان متغیرها از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) می باشد.

جامعه آماری پژوهشی شامل سطوح مدیریت و کارشناسی در پنج شرکت برتر صادراتی به کشور روسیه در تهران و کرج به تعداد ۱۱۳ نفر است. با توجه به معلوم بودن حجم جامعه، محاسبه حجم نمونه با کمک فرمول کوکران جامعه محدود ۷۸ نفر محاسبه شده 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 توزیع شد تا این مساله منجر به کمتر شدن حجم نمونه نهایی نگردد. با این وجود ۸۸ پرسشنامه توزیع ولی فقط ۷۸ پرسشنامه سالم برای آنالیز آماری انتخاب شد.

روش نمونه گیری روش غیر تصادفی طبقه ای در دسترس بوده است. بدین ترتیب که در گام اول پنج شرکت برتر صادر کننده محصولات بیوتکنولوژی به روسیه شناسایی و در گام دوم جامعه هدف به دو طبقه کارشناسان و مدیران تقسیم شده است و سپس پرسشنامه در بین افراد در دسترس شناسایی شده از هر دو طبقه توزیع شده است.

در این تحقیق گردآوری داده ها به وسیله پرسش نامه طیف لیکرت اقتباسی از (Adomako et al, (2021 انجام شده است. پرسشنامه این تحقیق شامل ۴ بخش است:

بخش اول مربوط به پرسش های جمعیت شناختی و شامل جنسیت، سن، تحصیلات، سابقه شغلی و سابقه صادرات شرکت می باشد.

بخش دوم شامل ۱۷ پرسش برای سنجش دیجیتالی سازی فرآیند تجارت (جمع آوری اطلاعات، بازاریابی، ارتباطات، اجرا و در دسترس بودن منابع مالی) می باشد.

بخش سوم شامل ۵ سوال برای سنجش فساد ادراک شده می باشد.

بخش چهارم شامل ۲ سوال برای سنجش درجه بین المللی شدن می باشد.

برای تعیین اعتبار اندازه گیری به چند طریق روایی اندازه گیری شده است. پرسشنامه تهیه شده به نظر اساتید راهنما، مشاور و ۳ نفر از خبرگان حوزه مطالعه رسید و روایی پرسشنامه پس از انجام اصلاحات لازم به روش محتوایی تایید گردید.

به منظور بررسی پایایی ابزار اندازه گیری، ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۴ محاسبه شد. بنابراین، پس از توزیع ۳۰ پرسشنامه به عنوان آزمون اولیه، مقدار آلفا با استفاده از نرم افزار SPSS به دست آمد. مقادیر آلفای محاسبه شده برای هر متغیر و آلفای کل در جدول ۱ آورده شده است. اگر آلفای کرونباخ از ۰/۷ بالاتر باشد، پرسشنامه از قابلیت اطمینان برخوردار است که طبق نتایج جدول زیر، پرسشنامه پایایی قابل قبولی دارد. همچنین در بررسی روایی واگرا بر اساس روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مقدار جذر میانگین واریانس برای متغیرهای اصلی این تحقیق که در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته اند، بزرگتر از مقدار همبستگی میان متغیرهاست که در خانه های زیرین قطر اصلی قرار گرفته اند، لذا روایی واگرای مدل تحقیق نیز تایید می شود. علاوه، در بررسی روایی همگرا مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای تمامی متغیرهای این تحقیق بزرگتر از ۰/۵ بوده است که نشان دهنده روایی همگرای مدل اندازه گیری است. علاوه بر آن، مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای همه مولفه ها بزرگتر از ۰/۷ است که نشان می دهد مدل سازگاری درونی مناسبی دارد. همه مقادیر ضرایب



پایایی مرکب (CR) برای متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۷ است که نشان دهنده پایایی مرکب پرسش های این تحقیق در سنجش هریک از متغیرها بوده است و در نتیجه برازش مدل تایید می شود. در بررسی بارهای عاملی نیز میزان بارها برای همه گویه ها بیشتر از ۰/۷ می باشد که نشان دهنده تایید پایایی معرف و در نتیجه مناسب بودن پرسش ها برای سنجش متغیر است.

جدول ۱. مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و میانگین واریانس

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	متوسط واریانس استخراج شده (AVE)
اجرا	۰/۹۰۲	۰/۹۳۹	۰/۸۳۷
ارتباطات	۰/۸۴۸	۰/۹۰۸	۰/۷۶۶
بازاریابی	۰/۸۰۵	۰/۸۸۵	۰/۷۱۹
جمع آوری اطلاعات	۰/۷۶۱	۰/۸۶۲	۰/۶۷۶
در دسترس بودن منابع مالی	۰/۸۶۰	۰/۹۰۰	۰/۶۴۲
درجه بین المللی شدن	۰/۷۴۹	۰/۸۸۸	۰/۷۹۸
دیجیتالی سازی فرآیند تجارت	۰/۹۱۵	۰/۹۲۷	۰/۵۹۹
فساد ادراک شده	۰/۸۶۹	۰/۹۰۵	۰/۶۵۶

9

همچنین به منظور برازش مدل ساختاری پژوهش معیارهای اعداد معناداری  $t$ ، سطح معناداری، اندازه تاثیر ( $f^2$ ) ضریب تعیین ( $R^2$ ) و شاخص قدرت پیش بین ( $Q^2$ ) مورد بررسی قرار گرفت. مقدار آماره تی و سطح معناداری اکثریت مسیرهای موجود در مدل بترتیب بیشتر از ۱/۹۶ و کمتر از ۰/۰۵ برآورد شده است. لذا معناداری اکثریت مسیرهای موجود در مدل تایید می شود. همچنین مقدار  $R^2$  متغیر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت برابر با ۰/۳۳۸ محاسبه شده است که نشان می دهد متغیرهای مستقل مدل با همکاری همدیگر توانسته اند در مجموع ۳۳/۸ درصد از تغییرات دیجیتالی سازی فرآیند تجارت را پیش بینی کنند و مابقی تغییرات آنها وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است. مقدار  $R^2$  متغیر درجه بین المللی شدن برابر با ۰/۲۹۳ محاسبه شده است. مقدار ضریب تعیین درجه بین المللی شدن نشان می دهد که دیجیتالی سازی فرآیند تجارت توانسته حدوداً ۲۹/۳ درصد از تغییرات درجه بین المللی شدن را پیش بینی کنند و مابقی تغییرات آنها وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است. مقدار  $Q^2$  متغیرهای دیجیتالی سازی فرآیند تجارت ۰/۱۳۲ و درجه بین المللی شدن ۰/۲۲۵ مقداری مثبت محاسبه شده است. با توجه به این مهم که مقدار برآورد شده این شاخص برای متغیرهای مذکور مثبت گزارش شده است می توان اینگونه استنباط نمود که قدرت پیش بینی مدل در خصوص متغیرهای مذکور در حد مطلوب می باشد. در ارتباط با معیار اندازه تاثیر ( $f^2$ ) نیز مقادیر بدست آمده برازش مناسب مدل ساختاری را تایید می کند. مقادیر ارائه شده برای معیار  $Q^2$  نیز قدرت پیش بینی مطلوب سازه های مدل و برازش مدل ساختاری را تایید می کند. در نهایت برازش کلی مدل ساختاری با استفاده از شاخص GOF برابر ۰/۵۱۲ محاسبه گردید که برازش مناسب مدل را تایید می کند.



جدول ۲. شاخص های برازش مدل ساختاری تحقیق

R2	سطح معناداری	t_value	مسیر
۰/۳۳۸	۰/۰۰	۵/۲۳۹	فساد ادراک شده ← دیجیتال سازی فرآیند تجارت
۰/۳۳۸	۰/۰۵۶	۱/۹۱۵	فساد ادراک شده ← دیجیتال سازی فرآیند تجارت ← درجه بین المللی شدن
۰/۳۳۸	۰/۹۸۴	۰/۰۲۰	فساد ادراک شده × سن شرکت ← دیجیتال سازی فرآیند تجارت
۰/۲۹۳	۰/۰۰	۶/۶۲۲	دیجیتال سازی فرآیند تجارت ← درجه بین المللی شدن

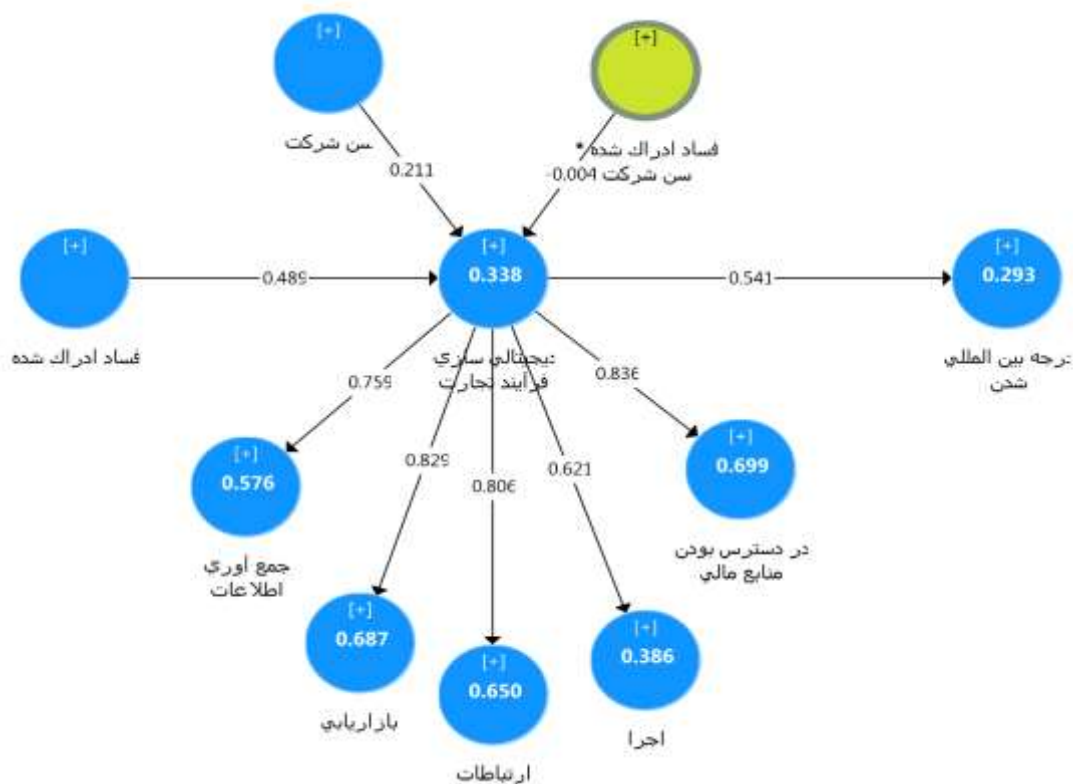
جدول ۳. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

مقادیر اشتراکی	ضرب تعیین	متغیرها
۰/۶۳۴	۰/۳۸۶	اجرا
۰/۵۰۵	۰/۶۵۰	ارتباطات
۰/۴۲۷	۰/۶۸۷	بازاریابی
۰/۳۶۲	۰/۵۷۶	جمع آوری اطلاعات
۰/۴۴۵	۰/۶۹۹	در دسترس بودن منابع مالی
۰/۳۶۳	۰/۲۹۳	درجه بین المللی شدن
۰/۳۵۴	۰/۳۳۸	دیجیتال سازی فرآیند تجارت
۱	-	سن شرکت
۰/۴۷۶	-	فساد ادراک شده
۰/۵۰۷	۰/۵۱۸	میانگین

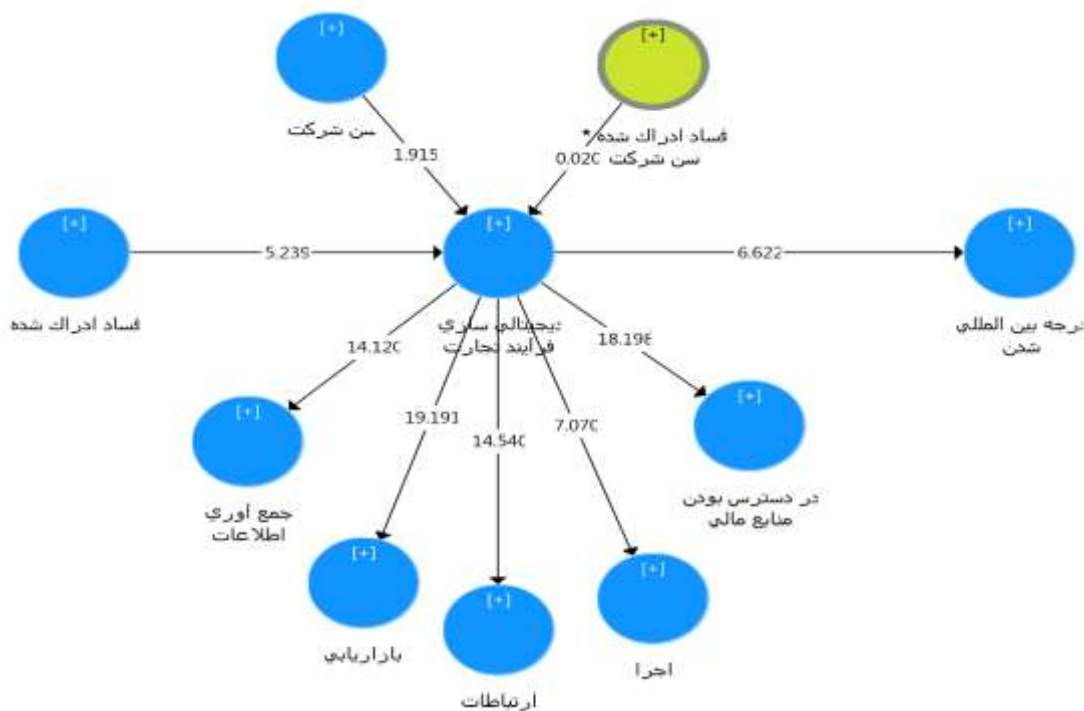
$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0.507 \times 0.518} = 0.512$$

### یافته ها

در این بخش، یافته های پژوهش در قالب مدل ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی و به کمک نرم افزار Smart PLS مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج حاصل از این آزمون ها گزارش شده است. شکل های ۲ و ۳ نتایج حاصل از آزمون فرضیات اصلی تحقیق را در حالت نمایش ضرایب استاندارد تاثیر متغیرها و نمایش مقدار آماره t نشان می دهد. در آزمون فرضیات تحقیق ملاک رد یا قبول یک فرضیه، مقدار آماره t بوده است. همچنین به جهت آزمون فرضیات فرعی تحقیق و بررسی روابط غیرمستقیم بین متغیرها از گزارش های مربوط به ضرایب معناداری غیر مستقیم که توسط نرم افزار Smart PLS ارائه می شود استفاده گردیده است. همچنین به منظور بررسی فرضیات دارای متغیر میانجی از آزمون سوئل جهت بررسی معناداری تاثیر میانجی یک متغیر در رابطه بین دو متغیر دیگر استفاده می گردد (داوری و رضاده، ۱۳۹۲)



شکل ۲. مدل ساختاری و کلی در حالت ضرایب مسیر استاندارد شده



شکل ۳. مدل ساختاری و کلی در حالت ضرایب معناداری t-Val ues

نتایج آزمون فرضیه اول نشان می دهد که مقدار آماره  $t$  و ضریب مسیر بین فساد ادراک شده و دیجیتالی سازی فرآیند تجارت بترتیب برابر با  $5/239$  و  $0/489$  بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری ( $t$ -value) بیشتر از  $1/96$  و سطح معناداری  $0/05$  کمتر از  $0/05$  بدست آمده است می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  معنادار است و با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات فساد ادراک شده، شاهد افزایش در نمرات دیجیتالی سازی فرآیند تجارت به اندازه  $0/489$  انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده فرضیه اول تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت تایید می شود.

در خصوص آزمون فرضیه دوم نتایج نشان می دهد که مقدار آماره  $t$  و ضریب مسیر بین دیجیتالی سازی فرآیند تجارت و درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط بترتیب برابر  $6/226$  و  $0/541$  بدست آمده است. با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری ( $t$ -value) بیشتر از  $1/96$  و سطح معناداری ( $0/05$ ) کمتر از  $0/05$  بدست آمده است می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای  $0/05$  معنادار است و با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات دیجیتالی سازی فرآیند تجارت، شاهد افزایش در نمرات درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط به اندازه  $0/541$  انحراف استاندارد خواهیم بود. فرضیه دوم تحقیق مبنی بر وجود اثرگذاری دیجیتالی سازی فرآیند تجارت بر درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط تایید می شود.

12

جهت بررسی فرضیه سوم دو مسیر تاثیرگذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت و مسیر اثرگذاری دیجیتالی سازی فرآیند تجارت بر درجه بین المللی شدن مورد آزمون قرار گرفت. نحوه داوری بدین صورت است که اگر تاثیر متغیر مستقل بر میانجی و تاثیر متغیر میانجی بر وابسته همزمان معنادار شود، نقش میانجیگری تایید شده و تاثیر غیر مستقیم را تایید خواهیم کرد. با توجه به اینکه مقدار قدر مطلق آماره سو بل برابر با  $2/469$  و بیشتر از  $1/96$  محاسبه شده و سطح معناداری آزمون ( $0/0135$ ) کمتر از سطح خطای  $0/05$  بدست آمده است، میتوان در سطح اطمینان  $95$  درصد تاثیر میانجیگری دیجیتالی سازی فرآیند تجارت را در رابطه بین فساد ادراک شده و درجه بین المللی شدن را بار دیگر تایید کرد و بنابراین فرضیه سوم تحقیق تایید می شود.

یافته های تحقیق همچنین نشان داد که مقدار آماره  $t$  بین جمله تعاملی (فساد ادراک شده  $\times$  سن شرکت) و متغیر وابسته دیجیتالی سازی فرآیند تجارت برابر با  $0/02$  محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره  $t$  محاسبه شده کمتر از حد مرزی  $1/96$  و سطح معناداری ( $0/984$ ) بیشتر از سطح خطای  $0/05$  بدست آمده است اینگونه استنباط می گردد که فرضیه چهارم تحقیق با احتمال  $95$  درصد رد می شود. عبارتی دیگر نقش سن شرکت در ارتباط بین فساد ادراک شده و دیجیتالی سازی فرآیند تجارت رد می شود.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیات تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	t-value	ضریب مسیر (B)	مسیر مستقیم
تایید	0/00	5/239	0/489	فساد ادراک شده $\leftarrow$ دیجیتالی سازی فرآیند تجارت
تایید	0/00	6/622	0/541	دیجیتالی سازی فرآیند تجارت $\leftarrow$ درجه بین المللی شدن
تایید	0/0135	2/469	0/264	تاثیرات فساد ادراک شده بر درجه بین المللی شدن
رد	0/984	0/020	.	جمله تعاملی (فساد ادراک شده $\times$ سن شرکت) $\leftarrow$ دیجیتالی سازی فرآیند تجارت

## بحث و نتیجه گیری

فساد اداری، پدیده ای است که از دیرباز با پیدایش شکل های اولیه ی حکومت وجود داشته و در زمان معاصر نیز در تمام کشورهای دنیا کم و بیش وجود دارد و مسیر رشد اقتصادی را با موانعی بسیار مواجه ساخته و بر توسعه ی اقتصادی اثر منفی دارد. امروزه فساد اداری به معضلی جهانی تبدیل شده است و دولت ها آگاهاند که فساد آسیب های بسیاری به همراه دارد و پیامدهای آن نیز بنا بر نوع سازمان سیاسی و اقتصادی و سطح توسعه یافتگی، گوناگون است. برخی نهادهای بین المللی، بانک جهانی و سازمان بین المللی شفافیت فساد را به معنی سوء استفاده از منصب دولتی، حکومتی برای نفع شخصی یا انتفاع اشخاص ثالث دانسته اند که متضمن قبول پول، هدیه یا هرگونه امتیاز دیگر توسط یک صاحب منصب در ازای انجام یا عدم انجام فعلی برخلاف وظایف مقرر قانونی و سازمانی است. به هر صورت، فساد نقض قوانین موجود برای تامین منابع و سود شخصی است و سیاستهای دولت را در تضاد با منافع اکثریت قرار میدهد و باعث هدر رفتن منابع ملی میگردد. شناخت دقیق فساد و بررسی علت و ریشه های آن امری بدیهی و ضروری بوده و می بایست جهت جلوگیری از سقوط اقتصادی مورد توجه قرار گیرد. بدین منظور شاخص ادارک فساد یکی از شاخص های رایج پذیرفته شده در جهان است که از جامعیت بالایی برخوردار است. طبق این شاخص میزان دریافت و پرداخت رشوه، میزان ارتکاب اختلاس و جرائم مشابه در طول مقیاس صفر تا ده رتبه بندی شده است که برای اندازه گیری فساد مورد استفاده قرار می گیرد. علی رغم تلاش های روزافزون در بررسی تأثیر فساد بر استراتژی های شرکت، ادبیات تجارت بین المللی برخی از شکاف های مهم تحقیقاتی را نشان می دهد. اول اینکه، اگرچه فساد نیرویی قدرتمند است که به طور بالقوه مانع از سرمایه گذاران می شود یا سرمایه گذاری را محدود می کند و بر توسعه اقتصادی تأثیر منفی می گذارد، درک ما از تأثیر فساد ادراک شده (کشور مبدأ) بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت (دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری) کامل نیست. جهانی شدن و تغییرات سریع به ویژه در حوزه تکنولوژی، دو ویژگی عمده عصر حاضر است که سازمان ها و کشورها را با چالش هایی مواجه می کند و بی توجهی به این تغییرات بدون شک به عقب ماندگی سازمان ها یا کشورهای مورد نظر منجر خواهد شد. ظهور عصر دیجیتال، نیاز به برخی از محصولات فیزیکی را کاهش داده است. باین حال، در سطح جهانی، بسیاری از شرکت ها و به ویژه شرکت های کوچک و متوسط در پذیرش دیجیتالی سازی و فرآیندهای دیجیتال از رقبای خود عقب هستند. دیجیتالی شدن شکاف فناوری را از بین می برد و به اقتصادهای نوظهور و ارتقاء کار آیی عملکردهای دولتی و شرکتی کمک می کند. دیجیتالی کردن تمرکززدایی و شفافیت را تسهیل می کند و شرکت ها را ترغیب می کند تا روند دیجیتالی شدن خود را برای افزایش کارایی و اثربخشی خدمات خود بهبود بخشند. سرمایه گذاری در فرآیندهای کسب و کار دیجیتال می تواند یک استراتژی بازار مناسب برای مقابله با هر گونه عملکرد فاسد ناشی از یک محیط ضعیف نهادی باشد و شرکت ها می توانند از دیجیتالی شدن فرآیندهای تجاری خود به عنوان یک استراتژی فرار مناسب برای کاهش فساد در بازارهای خود استفاده کنند. در دو دهه اخیر، بین المللی سازی شرکت های کوچک متوسط به دلیل توانایی آن ها برای انجام تجارت بین المللی افزایش قابل توجهی داشته است. بین المللی شدن به معنای فرآیند گسترش فعالیت های یک شرکت به خارج از مرزهای بازار داخلی می باشد. برخی از شرکتهای کوچک و متوسط به دلیل کمبود دانش در مورد بازارهای خارجی، ریسک پذیری زیاد، عدم اطمینان قابل درک یا عوامل مشابه، به تدریج بین المللی می شوند، در حالیکه برخی دیگر که به عنوان جهانی متولد می شوند از ابتدای تأسیس یا خیلی زود پس از آن بین المللی می شوند. شرایط رقابتی بازار جهانی ناشی از رفع موانع تجاری، تحولات جدید و افت قیمت در حمل و نقل و فناوری های ارتباطی و افزایش تعداد افراد با تجربه بین المللی از عوامل موثر در خصوص این تحول می باشد. از این رو تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر گذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت با نقش تعدیلگر سن شرکت و تاثیر آن بر درجه بین المللی شدن شرکتهای کوچک و متوسط صورت گرفته است. نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان داد که فساد ادراک شده با دیجیتالی شدن

فرایندهای تجارت رابطه مثبت دارد، دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری با درجه بین المللی شدن ارتباط مثبت دارد و دیجیتالی شدن فرایندهای تجاری رابطه بین فساد ادراک شده و میزان بین المللی شدن را واسطه می کند. در این زمینه نتایج تحقیق حاضر با نتایج مطالعه آدوماکو و همکاران (۲۰۲۱) هم سو می باشد. نتایج همچنین نشان داد که نقش سن شرکت نقشی در تاثیرگذاری فساد ادراک شده بر دیجیتالی سازی فرآیند تجارت مورد ندارد که در تضاد با نتایج اعلام شده توسط آدوماکو و همکاران (۲۰۲۱) می باشد.

در راستای نتایج تحقیق پیشنهاد می شود شرکت ها از پرداخت های اضافی نامنظم به مقامات مختلف دولتی بطور مثال در حوزه ترخیص، تعرفه، کارت بازرگانی و غیره برای انجام کارها امتناع کنند و در انواع مختلف کمپین های ضد فساد (کمپین ضد فساد نهادهای مدنی، گزارش فساد مقامات دولتی به مراجع ذی صلاح و غیره) شرکت کنند تا بتوانند به طور موثر در صنعت خود رقابت منصفانه ایجاد کرده و جهت جلوگیری از عادی شدن انواع مختلف فساد در صنعت خود تلاش کنند. همچنین، شرکتها باید برای انجام تحقیقات درمورد مصرف کننده، جمع اوری اطلاعات بازار و مشتری، وضعیت رقبا و معیارهای رقابتی موجود، اطلاعات عمومی، امور فروش، تبلیغ و بازاریابی محصولات خود و فعالیت های خدمات مشتری از اینترنت استفاده کنند. علاوه بر این، پیشنهاد می شود شرکت ها برای برقراری ارتباط با اعضای کارکنان و مشتریان خود، سایر سهامداران، فعالیتهای خرید، حمل و نقل و توزیع و انجام وظایف عمومی اداری از ایمیل استفاده کنند.

## منابع

خضری، محمد (۱۳۸۱). گزارش پژوهشی **علل ایجاد و گسترش فساد در نظام بانکی کشور**، تهران، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۲). **مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS Smart**. تهران. انتشارات جهاد دانشگاهی.

ربیعی، ع (۱۳۸۲). **زنده باد فساد**. تهران. مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.

- Acedo, F. J., and Jones, M. V. (2007). **Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms**. *Journal of World Business*, 42(3), 236-252.
- Adomako, S., J. Amankwah-Amoah, S. Y. Tarba, and Z. Khan. 2021. **Perceived corruption, business process digitization, and SMEs' degree of internationalization in sub-Saharan Africa**. *Journal of Business Research*, 123 (27), 196-207.
- Adomako, S., Opoku, R. A. and Frimpong, K. (2017). **The moderating influence of competitive intensity on the relationship between CEOs' regulatory foci and SME internationalization**. *Journal of International Management*, 23(3), 268-278.
- Amankwah-Amoah, J. and Debrah, Y. A. (2017). **Toward a construct of liability of origin. Industrial and Corporate Change**. 26(2), 211-231.
- Amankwah-Amoah, J., Chen, X., Wang, X., Khan, Z. and Chen, J. (2019). **Overcoming institutional voids as a pathway to becoming ambidextrous: The case of China's Sichuan Telecom**. *Long Range Planning*. 52(4), 101871.
- Athanasouli, D., Goujard, A., and Sklias, P. (2012). **Corruption and firm performance: Evidence from Greek firms**. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 5(2), 43-67.
- Bahoo, S., Alon, I. and Paltrinieri, A. (2019). **Corruption in international business: A review and research agenda**. *International Business Review*, 101660.



- BarNir, A., Gallagher, J. M. and Auger, P. (2003). **Business process digitization, strategy, and the impact of firm age and size: the case of the magazine publishing industry.** Journal of Business Venturing, 18(6), 789-814.
- Berthon, P., Pitt, L., Cyr, D. and Campbell, C. (2008). **E-readiness and trust: macro and micro dualities for e-commerce in a global environment.** International Marketing Review, 25(6), 700-714.
- Blau, P. M. (1964). **Exchange and power in social life.** New York: Wiley.
- Brixiova, Z. (2013). **Modeling productive entrepreneurship in developing countries.** Small Business Economics, 41(1), 183-194.
- Chaffey, D., Hemphill, T. and Edmundson-Bird, D. (2019). **Digital business and e-commerce management.** Pearson UK.
- Clausen, C. and Koch, C. (1999). **The role of spaces and occasions in the transformation of information technologies-Lessons from the social shaping of IT systems for manufacturing in a Danish context.** Technology Analysis and Strategic Management, 11(3), 463-482.
- Collins, J. D., McMullen, J. S. and Reutzell, C. R. (2016). **Distributive justice, corruption, and entrepreneurial behavior.** Small Business Economics, 47(4), 981-1006.
- Cordella, A. and Tempini, N. (2015). **E-government and organizational change: Reappraising the role of ICT and bureaucracy in public service delivery.** Government Information Quarterly, 32(3), 279-286.
- Coyne, C. J., Sobel, R. S., and Dove, J. A. (2010). **The non-productive entrepreneurial process.** Review of Austrian Economics, 23(4), 333-346.
- Cuervo-Cazurra, A. (2006). **Who cares about corruption?** Journal of International Business Studies, 37(6), 803-822
- Cuervo-Cazurra, A. (2016). **Corruption in international business.** Journal of World Business, 51(1), 35-49.
- De Vaal, A., and Ebben, W. (2011). **Institutions and the relation between corruption and economic growth.** Review of Development Economics, 151, 108-123.
- Desai, S., Acs, Z. J., and Weitzel, U. (2013). **A model of destructive entrepreneurship: Insight for conflict and Post conflict recovery.** Journal of Conflict Resolution, 57(1), 20-40.
- Elango, B., and Dhandapani, K. (2020). **Does institutional industry context matter to performance? An extension of the institution-based view.** Journal of Business Research, 115, 139-148.
- Feeny, D. (2001). **Making business sense of the e-opportunity.** MIT Sloan Management Review, 42 (2), 41-51.
- Fichman, R., and Kemerer, C. (1993). **Adoption of software engineering process innovations: the case of object orientation.** MIT Sloan Management Review, 34 (2), 7-22.
- Fornell, C., and Larcker, D.F. (1981). **Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error.** Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Getz, K. A., and Volkema, R. J. (2001). **Culture, perceived corruption, and economics: A model of predictors and outcomes.** Business and Society, 40(1), 7-30.
- Haafst, R. (2017). **On the effect of digital transformation on corruption.** Leuven, Belgium: KU
- Hanousek, J., and Kochanova, A. (2016). **Bribery environments and firm performance: Evidence from CEE countries.** European Journal of Political Economy, 43, 14-28.
- Heineman, B. W., and Heimann, F. (2006). **The long war against corruption.** Foreign Affairs, 85(3): 75-86.
- Jiang, T., and Nie, H. (2014). **The stained China miracle: Corruption, regulation, and firm performance.** Economics Letters, 123(3), 366-369.

- Kahiya, E. T., and Dean, D. L. (2016). **Export stages and export barriers: Revisiting traditional export development.** *Thunderbird International Business Review*, 58(1), 75–89.
- Kaufmann, D., and Wei, S.-J. (2000). Does ‘grease money’ speed up the wheels of commerce? IMF Working Paper 64
- Lee, S. H., and Oh, K. K. (2007). **Corruption in Asia: Pervasiveness and arbitrariness.** *Asia Pacific Journal of Management*, 24(1), 97-114.
- Lein, D. H. D. (1986). **A note on competitive bribery game.** *Economics Letters*, 224, 337-341. Leuven.
- Lu, J. W., and Beamish, P. W. (2001). **The internationalization and performance of SMEs.** *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 565-586.
- Lupu, D. and Lazar, C. G. (2015). **Influence of e-government on the level of corruption in some EU and non-EU states.** *Procedia Economics and Finance*( 20) 365-371.
- Maekelburger, B., Schwens, C., and Kabst, R. (2012). **Asset specificity and foreign market entry mode choice of small and medium-sized enterprises: The moderating influence of knowledge safeguards and institutional safeguards.** *Journal of International Business Studies*, 43(5), 458-476.
- Meschi, P. X. (2009). **Government corruption and foreign stakes in international joint ventures in emerging economies.** *Asia Pacific Journal of Management*, 26(2), 241-261.
- Murphy, K., Shleifer, A., and Vishny, R. (1993). **Why is rent seeking so costly to growth?** *American Economic Review*, 83, 409-414.
- North, D. C. (1990). **Institutions, institutional change, and economic performance.** Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Oesterle, M. J., Elosge, C., and Elosge, L. (2016). **Me, myself and I: The role of CEO narcissism in internationalization decisions.** *International Business Review*, 25(5), 1114-1123.
- Oviatt, B., and McDougall, P. (2005). **Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5): 537-554.
- Paul, J., Parthasarathy, S., and Gupta, P. (2017). **Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda.** *Journal of World Business*, 52(3), 327–342.
- Peng, M. W., Sun, S. L., Pinkham, B., and Chen, H. (2009). **The institution-based view as a third leg for a strategy tripod.** *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 63-81.
- Prashantham, S. and Young, S. (2011). **Post-entry speed of international new ventures.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 275–292.
- Rafiq, S., Salim, R., and Smyth, R. (2016). **The moderating role of firm age in the relationship between RandD expenditure and financial performance: Evidence from Chinese and US mining firms.** *Economic Modelling*, 56, 122-132.
- Ribau, Cláudia and Moreira, Antonio and Raposo, Mario. (2016). **SME internationalization research: Mapping the state of the art.** *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*. 35. 10.1002/cjas.1419.
- Rodgers, P., Stokes, P., Tarba, S., and Khan, Z. (2019). **The role of non-market strategies in establishing legitimacy: The Case of Service MNEs in emerging economies.** *Management International Review*, 59(4), 515-540.
- Rose-Ackerman, S. R. (2016). **Corruption and Government.** Cambridge, U.K.: Cambridge University Press
- Sharma, C., and Mitra, A. (2015). **Corruption, governance and firm performance: Evidence from Indian enterprises.** *Journal of Policy Modeling*, 37(5), 835-851.





- Shleifer, A., and Vishny, R. W. (1998). **The grabbing hand, government pathologies and their cures**. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Steenkamp, J. B. E. (2020). **Global Brand Building and Management in the Digital Age**. Journal of International Marketing,
- Stinchcombe, A. (1965). **Organizations and social structure**. In: March, J.G. (Ed.), Handbook of Organizations. Rand McNally, Chicago, pp. 142–193.
- Transparency International (2020). **Corruption Perceptions Index (2019)**. Berlin: Transparency International.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P. and Turban, D. C. (2015). **Innovative EC systems: from e-government to e-learning, collaborative commerce, and c2c commerce**. In Electronic Commerce (pp. 209-254). Springer, Cham.
- Vendrell-Herrero, F., Bustinza, O. F., Parry, G., and Georgantzis, N. (2017). **Servitization, digitization and supply chain interdependency**. Industrial Marketing Management, 60, 69-81.
- Vial, V., and Hanoteau, J. (2010). **Corruption, manufacturing plant growth, and the Asian paradox: Indonesian evidence**. World Development, 38(5), 693-705.
- Yamakawa, Y., Peng, M.W., and Deeds, D.L. (2008). **What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies?** Entrepreneurship Theory and Practice, 32(1), 59-82.
- 17 You, K., Dal Bianco, S., and Amankwah-Amoah, J. (2020). **Closing Technological Gaps to Alleviate Poverty: Evidence from 17 Sub-Saharan African Countries**. Technological Forecasting and Social Change.
- You, K., Dal Bianco, S., Lin, Z., and Amankwah-Amoah, J. (2019). **Bridging technology divide to improve business environment: Insights from African nations**. Journal of Business Research, 97, 268-280.
- Zweig, D. (2002). **Internationalizing China: Domestic Interests and Global Linkages**. Cornell University Press, New York.