



بررسی تأثیر قابلیت‌های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت با رویکرد نیازهای نوین

مدیریت جهادی

فیروزه قاسم^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۲۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۰۶ محسن امینی خوزانی^۲

علیرضا روستا^۳

چکیده

پرداختن به موضوع کیفیت فناوری اطلاعات و دانش جدید در حوزه مدیریت جهادی اهمیت بیشتری یابد که هدف کاربردی این تحقیق را نشان می‌دهد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی پیمایشی می‌باشد. همچنین روش پژوهش به صورت کمی است و با توجه به اینکه روابط بین شاخص‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد، از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه سرپرستان، روسا و مدیران تولید و بازاریابی دفاتر مرکزی و نمایندگی‌های مجاز شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی می‌باشد. حجم جامعه برابر با ۴۰۰۰ نفر است؛ بنابراین با توجه به حجم شمارش پذیر و محدود جامعه، در این پژوهش تعداد اعضای نمونه از طریق جدول مورگان تعیین گردید که بر اساس جدول مورگان تعداد اعضای نمونه ۳۵۱ نفر می‌باشد. نتایج پژوهش حاضر نشان داد قابلیت‌های تجارت الکترونیکی استفاده گسترده از اینترنت در فعالیت‌های تجاری را ترویج می‌کند و تصمیم‌گیری و کارایی را در بین کارکنان تسهیل می‌کند و در نتیجه سیستم عملیاتی شرکت‌ها را بهینه می‌کند. همچنین از طریق این چابکی، شرکت‌های خودرویی می‌توانند بین فناوری‌های تجارت الکترونیک، اهداف تجاری و خواسته‌های بازار هم‌افزایی ایجاد کنند.

کلمات کلیدی

قابلیت‌های تجارت الکترونیک، مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی، چابکی سازمانی.

۱- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Fi.ghasem@gmail.com

۲- گروه مهندسی مالی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Amini_k_m@yahoo.com

۳- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. alirezarousta@yahoo.com

سرمایه‌گذاری در منابع تجارت الکترونیک فعالیت رایجی در بازاریابی امروزی بوده و در نتیجه شرکت‌های دیگر از آن به راحتی تقلید می‌کنند؛ اما سرمایه‌گذاری در منابع مربوط به فناوری اطلاعات تضمین موفقیت نیست و محققان را بر آن داشته تا تأثیر مستقیم منابع فناوری اطلاعات را بر عملکرد به چالش بکشند. یافته‌های اخیر با استفاده از دیدگاه منابع محور به شرکت نشان می‌دهد که پیامدهای فرایند توسعه منابع همچون قابلیت‌ها و نحوه پشتیبانی قابلیت‌ها در اجرای راهبردهای شرکت مورد توجه عمده قرار گرفته‌اند (بنتیز و همکاران، ۲۰۱۸). با این وجود، علی‌رغم پیشرفت‌های مفهومی و نظری در این رشته، به‌طور شگفت‌انگیز آثار تجربی خاصی ارزیابی کرده‌اند که آیا قابلیت‌های مبتنی بر فناوری به کارایی بازاریابی کمک می‌کنند. پیشرفت و استفاده گسترده از تجارت الکترونیک به شرکت‌ها این اجازه را می‌دهد که از مجموعه جدید قابلیت‌ها استفاده کنند و درجه‌ای از اتصال جهانی مورد نیاز برای تولید و ارائه خدمات موفقیت‌آمیز ایجاد کنند (گرگوری و همکاران، ۲۰۱۹). با توجه به ارزش فناوری اطلاعات در بازاریابی جهانی، سازمان‌های زیادی تجارت الکترونیک را به‌عنوان مسئله اساسی قلمداد نموده‌اند. با این وجود تجارت الکترونیک در فرایندهای کسب‌وکار فرق دارد. در واقع نحوه اثرگذاری شرکت‌ها و بهره‌برداری آن‌ها از سرمایه‌گذاری خود جهت ایجاد منابع مبتنی بر فناوری اطلاعات و توانمندی‌های مختص شرکت می‌باشد که موفقیت کلی شرکت را تعیین می‌کنند. در ادبیات سیستم‌های اطلاعات دیدگاه منابع محور به‌طور گسترده به کاررفته است تا شرح دهد چگونه شرکت‌ها ارزش منحصر به فردی از منابع فناوری اطلاعات ایجاد می‌کنند و قابلیت‌ها چه جایگاهی در مهارت‌های سازمانی دارند (فقیهی، ۱۳۹۷).

لذا تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش قابلیت‌های تجارت الکترونیکی در شرکت‌های خودروپی در صنعت خودروسازی کشور انجام خواهد گردید. از آنجایی که در شرکت‌های خودروسازی ایران امکانات، تجهیزات و ابزارهای الکترونیکی تا حدود قابل قبولی وجود دارد ولی در عین حال پیاده‌سازی تجارت الکترونیکی در سازمان با مشکلات زیادی مواجه بوده و لذا بخش قابل توجهی از فعالیت‌های سازمان هنوز به شیوه سنتی در حال انجام و پیگیری است. برای بررسی چرایی این مطلب پس از مشورت با اساتید محترم بنابراین شد تا به کمک مدل ارائه شده با توجه به فاکتورهای قابلیت‌های تجارت الکترونیک و اهمیت نقش دانش با رویکرد مدیریت جهادی در این فرآیند، شرکت‌های خودروپی در صنعت خودروسازی را ارزیابی نموده و علل و عواملی را که در مسیر پیاده‌سازی و اجرای تجارت الکترونیکی مانع ایجاد نموده‌اند شناسایی شوند تا بتوان در ادامه به ارائه راه کارها و پیشنهادهایی در راستای رفع موانع دست یافت؛

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت... / قاسم، امینی خوزانی و روستا

بنابراین لازم است مدیران با اتخاذ تصمیماتی جهت پیاده‌سازی قابلیت‌های تجارت الکترونیک در ابتدا بحث فناوری اطلاعات و به تبع آن ایجاد و به‌کارگیری دانش با رویکرد مدیریت جهادی را افزایش دهند و در نهایت باعث افزایش کارایی، بهره‌وری و عملکرد سازمانی گردند. شرکت‌های خودرویی برای ادامه حیات خود باید به کنترل اثرات قابلیت‌های تجارت الکترونیک بر عملکرد خود توجه نمایند. برای این کار، بررسی اثرگذاری قابلیت‌های تجارت الکترونیک و فناوری اطلاعات و همچنین اهمیت چابکی بر عملکرد شرکت ضرورت دارد. لذا مسئله اصلی پژوهش تعیین تأثیر قابلیت‌های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن متغیر میانجی چابکی سازمانی و نقش تعدیلگر مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی در شرکت‌های خودرویی در صنعت خودروسازی می‌باشد؛ بنابراین کاربرد این مطالعه می‌تواند نقش مهمی را در شرکت‌های خودرویی ایفا کند و عدم اجرای این پژوهش، باعث می‌شود بحث قابلیت‌های تجارت الکترونیک، چابکی و مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی که بخشی از توانمندی شرکت در مواجهه با فضای رقابتی را کنترل می‌کند و باعث ایجاد مزیت رقابتی در ارائه خدمات و تولید می‌شود، نادیده گرفته شود؛ زیرا صنعت خودرو یک صنعت شدیداً رقابتی است. به‌هرحال، بسیاری از مدیران هنوز مشتاق هستند تا فرصت‌ها را برای بهبود ارزش‌ها و کاهش هزینه‌هایشان به‌طور هم‌زمان جستجو نمایند. در دوره اقتصاد اینترنتی، تجارت با یک محیط شدیداً رقابتی روبرو است. به‌منظور کوتاه شدن زمان تحویل سفارشات خودرو در بازار فروش خودرو استفاده از تجارت الکترونیک باعث ترقی تولیدکنندگان اتومبیل شده و به‌وسیله ایجاد مدل‌های تجاری جدید، مهندسی مجدد فرایندهای تجاری و اجرای کاربردهای تجارت الکترونیکی شرکت‌ها، کاهش بیشتری در ارزش‌افزوده خودروها و ارتباط با صنعت اتومبیل‌سازی ایجاد خواهد شد.

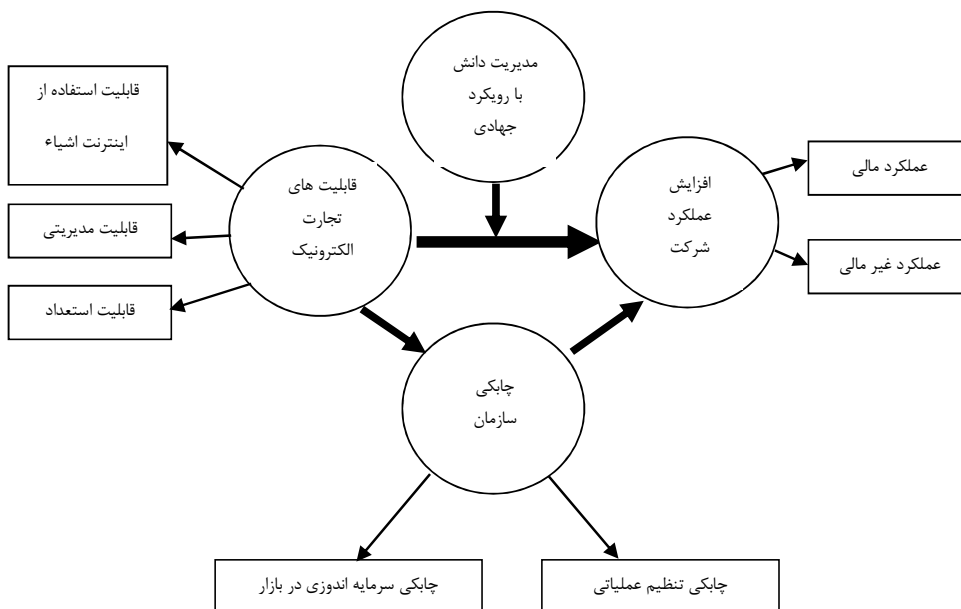
چارچوب نظری پژوهش

به‌طور خاص، قابلیت‌های تجارت الکترونیک باعث ارتقاء اشتراک بین شرکت‌های خودروسازی و مشتریان، شرکای تجاری، موانع جریان اطلاعات را از بین ببرند و اطلاعات را کاهش دهند. عدم تقارن با ارائه اطلاعات دقیق‌تر و به‌موقع، در نتیجه افزایش کارایی و کاهش هزینه‌ها را به دنبال دارد (وو و همکاران، ۲۰۱۹). چگونگی اندازه‌گیری کیفیت خدمات تجارت اجتماعی، یک مسئله بسیار مهم است (لی و همکاران، ۲۰۲۰). یکی از قابلیت‌هایی که جهت دستیابی به رقابت‌پذیری زنجیره تأمین ضروری است، چابکی می‌باشد. چابکی استراتژی که دربرگیرنده راهبردهایی برای بهبود عملکرد زنجیره تأمین است نیازمند به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید در کنار سایر راهکارهای آن است. از این رو تکنولوژی‌های موردنیاز یک سازمان به‌طور قاعده‌مند و مطابق با نیازمندی‌های سازمان بکار گرفته می‌شود؛ بنابراین، این یک متغیر

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

میانجی معقول است که رابطه بین قابلیت‌ها و دستاوردهای عملکرد سازمان را بهبود می‌بخشد (هارش و فستینگ، ۲۰۲۰). چابکی ممکن است به‌ویژه در زمینه شرکت‌های خودروسازی مفید باشد. چون ارزش زنجیره محصولات خودروسازی پیچیده است و بسیاری از شرکت‌کنندگان را درگیر کرده و محیط بازار آن‌ها بسیار ناپایدار و پویا کنترل می‌شود. در این رابطه، نگرش زنجیره تأمین چابک از استراتژی‌های قوی برای افزایش رقابت‌پذیری شرکت‌ها و زنجیره‌های تأمین‌شان تلقی می‌شود، به‌طوری‌که پس از معرفی واژه مدیریت زنجیره تأمین توسط آقایان اولیور و وبر در سال ۱۹۸۲، گسترش قابل ملاحظه‌ای در روند به‌کارگیری این رویکرد پدیدار گشته و این اعتقاد در میان اکثر سازمان‌ها به وجود آمده است که رقابت تنها در سطح مابین سازمان‌ها مطرح نبوده و این زنجیره‌های تأمین هستند که با یکدیگر رقابت می‌کنند (لی و همکاران، ۲۰۲۰).

با توجه به ادبیات و فرضیات مطرح‌شده در نهایت متغیرهای موردبررسی به‌صورت زیر ارائه می‌گردد:



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش برگرفته از مدل مفهومی پژوهش مقالات لی و همکاران (۲۰۲۰) و لستاری و همکاران (۲۰۲۰)

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت .../قاسم، امینی خوزانی و روستا

پیشینه تجربی پژوهش

تران^۱ (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان مدیریت اثربخشی پلتفرم های تجارت الکترونیکی در یک بیماری همه گیر انجام دادند. به طور کلی، نتایج نشان داد که قابلیت های مدیریتی، استعدادی و استفاده از اینترنت اشیاء تأثیرات متفاوتی بر بازار و چابکی سازمانی دارد. چابکی تنظیم عملیاتی، مهم ترین نقش را توانایی استعداد دارد. چابکی سرمایه اندوزی بازار و چابکی تنظیم عملیاتی تأثیرات مثبتی بر افزایش عملکرد مالی و غیرمالی دارد. ژو و همکاران^۲ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان تأثیر فرآیندهای تجارت الکترونیک بر بهبود عملکرد زنجیره تأمین، اجزای فرآیند و مکانیزم های ارزش آفرینی انجام دادند. نتایج نشان داد که قابلیت های تجارت الکترونیکی در سه فرآیند عمده خود دارای تأثیر معناداری بر بهبود عملکرد زنجیره تأمین می باشد. اشرفی و همکاران^۳ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان نقش قابلیت های تجزیه و تحلیل کسب و کار در تقویت چابکی و عملکرد شرکت ها انجام دادند. نتایج نشان می دهد که قابلیت های تجزیه و تحلیل کسب و کار به شدت بر چابکی شرکت از طریق افزایش کیفیت اطلاعات و قابلیت های نوآورانه تأثیر می گذارد. هنل و همکاران^۴ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان نقش تجارت الکترونیک در بین المللی سازی و عملکرد شرکت های کوچک و متوسط خرده فروشی انجام دادند. یافته ها نشان می دهند که خرده فروشی های آنلاین می توانند از شرکایی برای بر عهده گرفتن پویایی های صنعت و ورود به بازارهای خارجی بهره بگیرند. همچنین این یافته ها بینش جدیدی را درباره استفاده از استراتژی های ممکن توسعه بین المللی، برای مدیران سازمان های کوچک و متوسط خرده فروشی ایجاد می کنند. الزهرانی^۵ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان تأثیر پذیرش تجارت الکترونیک بر استراتژی کسب و کار در شرکت های کوچک و متوسط عربستان سعودی انجام دادند. یافته ها عوامل تعدیلگر اصلی را شناسایی کرده و رابطه ی بین تجارت الکترونیک و استراتژی کسب و کار را پیش بینی می کند. کومار و همکاران^۶ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان منابع سازمانی، قابلیت های مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی و انعطاف پذیری استراتژیک: یک چشم انداز پویا، انجام دادند. نتایج نشان می دهد که منابع سازمانی تأثیر مثبت و معناداری با انعطاف پذیری استراتژیک دارد و قابلیت های مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی به عنوان متغیر میانجی میان این دو متغیر تأثیر معناداری را نشان داد. چن و همکاران^۷ (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان (استراتژی های تکامل دانش و عملکرد سازمانی، تحلیل تناسب استراتژیک) این موضوع را انجام دادند. نتایج نشان می دهد که جهش و انتقال دانش بر جنبه های مختلف عملکرد سازمانی تأثیر دارد. یافته های این پژوهش به سازمان ها کمک خواهد کرد که استراتژی مناسبی برای افزایش دانش انتخاب کنند و مسیرهای جدید بیشتر را روشن نمایند. در مطالعات داخلی سرداری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان بررسی توسعه قابلیت ها

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

و کارایی بازاریابی تجارت الکترونیک در ارتقاء عملکرد شرکت‌ها (مطالعه موردی شرکت‌های صادراتی استان تهران) انجام داد. یافته‌های پژوهش نشان داد که نقش کارایی توزیع و کارایی ارتباطات به‌عنوان متغیر میانجی بر عملکرد تجارت الکترونیک تأثیر مثبت و مستقیم بوده و همچنین منابع تجارت الکترونیک و قابلیت‌های تجارت الکترونیک بر عملکرد تجارت الکترونیکی فروش شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارند؛ ابراهیمی و جوان امانی (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان تأثیر پیاده‌سازی ابعاد مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی و تجارت الکترونیک در بانک صادرات شهر تهران انجام دادند. نتایج به‌دست‌آمده با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری نشان داد پیاده‌سازی ابعاد مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی و تجارت الکترونیک در بانک صادرات شهر تهران تأثیرگذار است. فقیهی (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان تأثیر منابع فناوری اطلاعات بر قابلیت مدیریت دانش انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهند، مؤلفه‌ها منابع زیر ساختار فناوری اطلاعات، منابع انسانی فناوری اطلاعات، منابع روابط فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. ایمان خان (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان کسب‌وکار الکترونیکی و عملکرد بنگاه‌های نوظهور انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد کسب‌وکار الکترونیکی از سه مجرای تغییر فرایندهای تولید و توزیع کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش‌ها بازدهی‌ها را بر عملکرد بنگاه‌ها مؤثر بوده است. مقصودی گنجه و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان قابلیت‌های تجارت الکترونیکی در بازاریابی صنعتی B2B انجام دادند. بر اساس یافته‌ها برای ورود ابزارهای الکترونیک به عرصه تجارت، سازمان‌ها باید نتایج مورد انتظار خود را از فعالیت‌های الکترونیک در چارچوب چشم‌اندازها، رسالت و اهداف تعیین کرده تا موفقیت و بقای سازمان تضمین شود. هاشم نیا و اقبال (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی مورد مطالعه، شرکت‌های حوزه استان اصفهان، انجام دادند. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق نشان می‌دهد که تجارت الکترونیک بر هر یک از عوامل کارایی، اثربخشی و رضایت ذی‌نفعان در شرکت‌های مورد بررسی مؤثر بوده اما تأثیری متفاوت بر هر یک از این عوامل دارد. عوض زاده (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان (ارزیابی ارتباط میان فناوری اطلاعات، هم‌راستایی استراتژیک و اثربخشی فناوری اطلاعات) انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که رابطه مثبتی بین این سه حوزه وجود دارد. بعلاوه داده‌ها این موضوع را تأیید کردند که انعطاف‌پذیری فناوری اطلاعات نسبت به هم‌راستایی استراتژیک اثر بیشتری بر اثربخشی فناوری اطلاعات دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی پیمایشی می‌باشد. همچنین روش پژوهش به‌صورت کمی است و با توجه به اینکه روابط بین شاخص‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد، از

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت.../قاسم، امینی خوزانی و روستا

نوع همبستگی است؛ و همچنین داده‌ها از نوع تک مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه سرپرستان، روسا و مدیران تولید و بازاریابی دفاتر مرکزی و نمایندگی‌های مجاز شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی می‌باشد. حجم جامعه برابر با ۴۰۰۰ نفر است. با توجه به حجم کم نمونه، در این پژوهش تعداد اعضای نمونه از طریق جدول مورگان تعیین می‌گردد که بر اساس جدول مورگان تعداد اعضای نمونه ۳۵۱ نفر می‌باشد. در این پژوهش اطلاعات مربوط به مبانی نظری و تئوریک پژوهش، به صورت کتابخانه‌ای و با استفاده از کتب و مقالات فارسی و انگلیسی جمع‌آوری شده و در خصوص آزمون فرضیات پژوهش، بر مبنای اطلاعات مورد نیاز و با استفاده از پرسشنامه‌ای که از مقاله مینالی و همکاران (۲۰۲۰) استخراج گردید و روایی و پایایی آن سنجیده شد، جمع‌آوری گردید. برای تحلیل داده‌های این پژوهش از آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده شده است. از آزمون‌های توصیفی درصد، میانگین و انحراف معیار و معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار SMART PLS شد.

فرضیات پژوهشی

- قابلیت استفاده از اینترنت اشیاء در تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی سرمایه اندوزی در بازار شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- قابلیت استفاده از اینترنت اشیاء در تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- قابلیت مدیریتی تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی سرمایه اندوزی در بازار شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- قابلیت مدیریتی تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- قابلیت استعداد تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی سرمایه اندوزی در بازار شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- قابلیت استعداد تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- چابکی سرمایه اندوزی در بازار تأثیر معناداری بر افزایش عملکرد مالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.
- چابکی سرمایه اندوزی در بازار تأثیر معناداری بر افزایش عملکرد غیرمالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

- چابکی تنظیم عملیاتی تأثیر معناداری برافزایش عملکرد مالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودروبی دارد.
- چابکی تنظیم عملیاتی تأثیر معناداری برافزایش عملکرد غیرمالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودروبی دارد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل توصیفی

با مقایسه انحراف معیار متغیرهای موردبررسی به این نتیجه می‌رسیم که انحراف معیار متغیر دانش فرهنگی دارای بیشترین پراکندگی و متغیر عملکرد مالی دارای کمترین پراکندگی است. همچنین مقدار میانگین نشان می‌دهد که هر متغیر در چه حدودی می‌باشد. مقدار میانگین در متغیر دانش ساختاری بیشترین مقدار میانگین می‌باشد. همچنین مقدار میانگین انتشار دانش کمترین میانگین را دارا می‌باشد و نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان به این طیف پاسخ داده‌اند. موقعیت چولگی و کشیدگی نیز نشان می‌دهد که مقادیر چولگی برای همه متغیرها در بازه (۳ و -۳) همچنین مقادیر کشیدگی همه مؤلفه‌ها نیز در بازه (۳ و -۳) قرار ندارد لذا می‌توان گفت که توزیع داده‌ها برای همه مؤلفه‌ها غیر نرمال است که یکی از شروط استفاده از نرم‌افزار اسمارت PLS می‌باشد.

جدول (۱) آمار توصیفی متغیرها

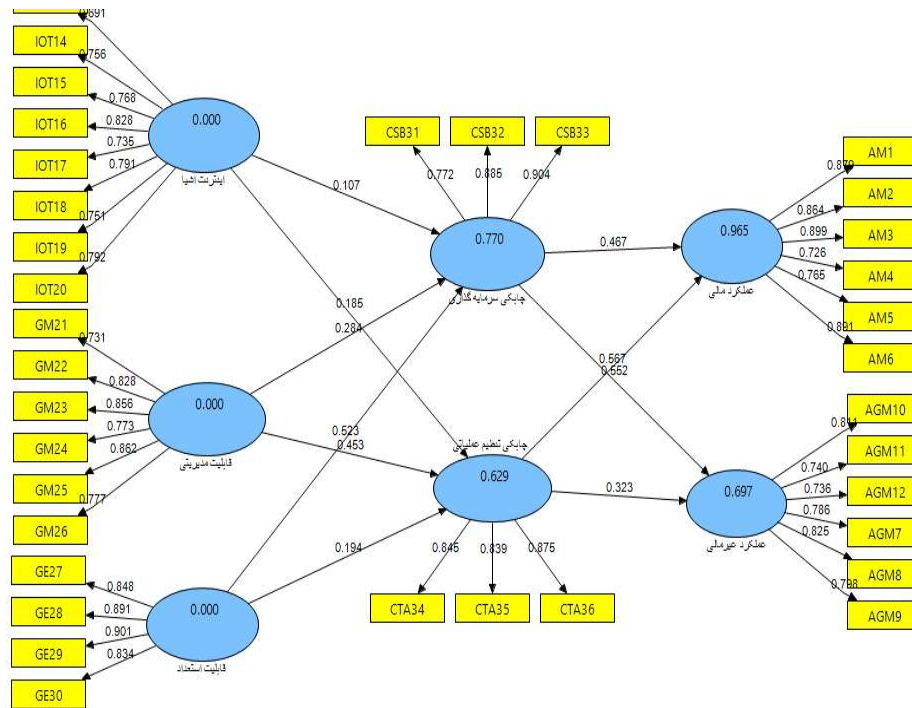
حجم نمونه	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	
351	0/1	0/5	262/4	7984/0	717/1-	259/3	عملکرد مالی
351	0/1	0/5	948/3	8451/0	042/1-	872/0	عملکرد غیرمالی
351	0/1	0/5	754/3	9020/0	649/0-	171/0-	اینترنت اشیا
351	0/1	0/5	058/4	8530/0	281/1-	568/1	قابلیت مدیریتی
351	0/1	0/5	101/4	8636/0	508/1-	285/2	قابلیت استعداد
351	0/1	0/5	231/4	8286/0	660/1-	979/2	چابکی سرمایه اندوزی
351	0/1	0/5	146/4	8906/0	455/1-	933/1	چابکی تنظیم عملیاتی
351	0/1	0/5	232/4	8255/0	768/1-	230/3	دانش ساختاری
351	0/1	0/5	798/3	0585/1	939/0-	264/0	دانش فرهنگی
351	0/1	0/5	749/3	0405/1	792/0-	043/0-	دانش هم‌راستا با نوآوری
351	0/1	0/5	702/3	9349/0	591/0-	402/0-	انتشار دانش
351	0/1	0/5	068/4	8471/0	306/1-	690/1	تولید دانش

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت.../قاسم، امینی خوزانی و روستا

بررسی مدل اندازه گیری

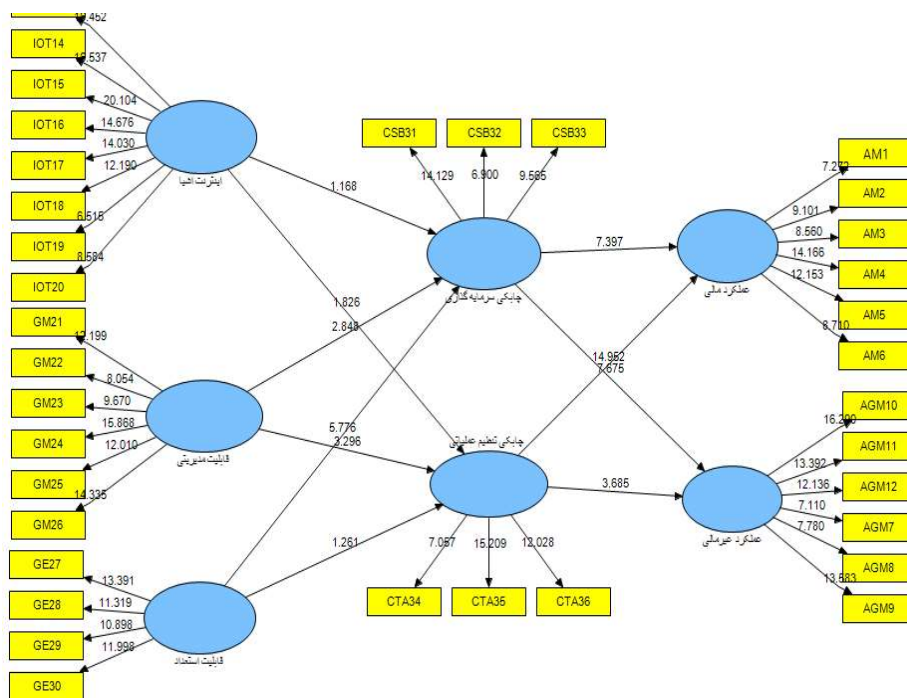
از آنجاکه تائید را رد فرضیات بر اساس مقدار ضرایب معناداری تعیین می گردد، بنابراین جهت تصمیم گیری به بررسی ضرایب معناداری پرداختیم که در شکل ۲ و ۳ نشان داده شده است. مقادیر بار عاملی در تمامی متغیرها به غیر از قابلیت استعداد بر چابکی تنظیم عملیاتی و اینترنت اشیا بر چابکی سرمایه اندوزی و تنظیم عملیاتی، بالاتر از ۰/۳ می باشد که نشان دهنده مقادیر قابل قبولی هستند. در صورتی که مقادیر متغیرهای نامبرده کمتر از ۰/۳ بوده که نشان دهنده رابطه ضعیف می باشد. جهت تائید یا رد فرضیات از آماره تی استفاده گردیده که در ادامه ارائه شده است. همان طور که در شکل ۳ ملاحظه می شود، مقادیر آماره تی در روابط قابلیت استعداد بر چابکی تنظیم عملیاتی و اینترنت اشیا بر چابکی سرمایه اندوزی و چابکی تنظیم عملیاتی کمتر از ۱/۹۶ بوده که نشان از رد فرضیات مربوطه است.



شکل (۲) نتایج بار عاملی مدل اندازه گیری پژوهش در حالت ضرایب استاندارد

منبع: یافته های پژوهشگر

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱



شکل (۳) نتایج بار عاملی مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت ضرایب معناداری

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بررسی مدل بر اساس معیارهای اندازه‌گیری

مقادیر جدول ۲ نشان می‌دهد که ابزار مورد استفاده از پایایی لازم برخوردار می‌باشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود تمامی مقادیر پایایی ترکیبی متغیرها بالای ۰,۷ می‌باشند. همچنین تمامی مقادیر روایی همگرایی متغیرهای پژوهش روایی همگرا برقرار است؛ زیرا تمامی مقادیر بالاتر از ۰,۵ هستند.

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت ... / قاسم، امینی خوزانی و روستا

جدول (۲) بررسی مدل بر اساس معیارهای اندازه گیری منبع: یافته های پژوهشگر

آلفای کرونباخ	
875553/0	عملکرد مالی
914925/0	عملکرد غیرمالی
814690/0	چابکی سرمایه اندوزی در بازار
814073/0	چابکی تنظیم عملیاتی
891437/0	قابلیت استعداد
891481/0	قابلیت مدیریتی
900971/0	اینترنت اشیا
937977/0	مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی
پایایی ترکیبی	
904865/0	عملکرد مالی
934622/0	عملکرد غیرمالی
891014/0	چابکی سرمایه اندوزی در بازار
889095/0	چابکی تنظیم عملیاتی
924905/0	قابلیت استعداد
917141/0	قابلیت مدیریتی
918452/0	اینترنت اشیا
945395/0	مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی
روایی همگرا	
613627/0	عملکرد مالی
705693/0	عملکرد غیرمالی
732446/0	چابکی سرمایه اندوزی در بازار
727754/0	چابکی تنظیم عملیاتی
755044/0	قابلیت استعداد
649273/0	قابلیت مدیریتی
585313/0	اینترنت اشیا
553476/0	مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی

❖ معیار GOF^A

در این پژوهش معیار مربوطه ۰,۸۵۰ محاسبه و ارائه گردید؛ و نتایج جدول ۳ نشان از برازش بسیار قوی دارد.

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

جدول (۳) مقدار معیار GOF

Communality	
861250/0	عملکرد غیرمالی
879874/0	عملکرد مالی
928691/0	چابکی سرمایه اندوزی
945328/0	چابکی تنظیم عملیاتی
903786/0	قابلیت استعداد
755044/0	قابلیت مدیریتی
649273/0	اینترنت اشیا
585313/0	مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی
81357/0	میانگین
792205/0	R2
850955/0	GOF

منبع: یافته‌های پژوهشگر

معیارهای ارزیابی برازش بخش ساختاری

همان‌طور که جدول ۴ نشان داده است، مقادیر برای متغیرهای برون‌زا در این پژوهش بالاتر از ۰,۲۵ ارائه گردیده و نشانگر برازش قوی مدل می‌باشد.

جدول (۴) مقادیر برازش مدل ساختاری

Q2	Redundancy	f Square	R Square	
404699/0	349923/0	324968/0	696491/0	عملکرد غیرمالی
562878/0	454919/0	348539/0	965045/0	عملکرد مالی
556215/0	459517/0	381702/0	769944/0	چابکی سرمایه اندوزی
442409/0	280798/0	473150/0	628573/0	چابکی تنظیم عملیاتی
482156/0	494438/0	398215/0	901071/0	مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی

منبع: یافته‌های پژوهشگر

بررسی روابط میانجی از طریق آزمون سوبل

فرضیه اصلی اول: قابلیت تجارت الکترونیک تأثیر معناداری بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن متغیر میانجی چابکی دارد.

جهت بررسی فرضیه میانجی مجدد مدل وارد نرم‌افزار شده و تخمین زده شد. همان‌طور که نتایج جدول ۵ فرضیه میانجی مورد تأیید قرار گرفت.

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت... /قاسم، امینی خوزانی و روستا

جدول (۵) آزمون سوایل منبع: یافته‌های پژوهشگر

Standard Error (STERR)	بار عاملی	
043448/0	845/0	قابلیت تجارت الکترونیک -> چابکی
040532/0	579/0	چابکی -> عملکرد شرکت
730/12		آماره سوایل

تعیین شدت اثر تعدیلگر در مدل تحقیق

فرضیه اصلی دوم: مدیریت دانش با رویکرد مدیریت جهادی نقش قابلیت تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت را تعدیل می‌کند.

مدل بعد از اضافه کردن متغیر تعدیلگر نشان می‌دهد شدت اثر تعدیل گری را طبق فرمول مربوطه که در ادامه ارائه شده محاسبه می‌گردد. طبق نتایجی که در جدول ۶ ارائه گردیده است، نشان می‌دهد که اثر متغیر تعدیلگر در این مدل، بسیار قوی می‌باشد؛ زیرا مقادیر ارائه شده بالاتر از مقدار ۰/۳۵ که بیشترین مقدار برای تصمیم‌گیری است، می‌باشد.

جدول (۶) تعیین شدت اثر تعدیل گری مدل منبع: یافته‌های پژوهشگر

قابلیت‌های تجارت الکترونیک	
699/0	۲R بدون اثر تعدیلگر
901/0	۲R با اثر تعدیلگر
670/0	f2

بحث و نتیجه‌گیری

سؤال اصلی اول: قابلیت تجارت الکترونیک چه تأثیری بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن متغیر میانجی چابکی دارد؟

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، چابکی سازمانی، به‌عنوان نوعی قابلیت پویا، می‌تواند منابع را برای مطابقت با تغییرات در محیط کسب‌وکار، سازگار، یکپارچه و پیکربندی مجدد کند. قابلیت‌های تجارت الکترونیکی می‌تواند مزیت رقابتی را از طریق چابکی سازمانی در محیط آشفته ایجاد کند. قابلیت‌های تجارت الکترونیکی به‌طور مستقیم بر عملکرد شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، چابکی سازمانی جزء مهمی از توانایی شرکت برای بقا و توسعه در یک محیط آشفته است. چابکی تعدیل عملیاتی شامل توانایی فرایندهای تجاری داخلی یک شرکت برای مقابله فیزیکی و سریع با تغییرات بازار یا تقاضا است. این چابکی راه‌کارهای روان از ابتکارات ابتکاری را در مواجهه با تغییرات برجسته می‌کند. بر اساس نتایج فرضیه مربوطه به مدیران شرکت‌های خودروسازی پیشنهاد می‌گردد، اقداماتی نظیر معرفی کالا و

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

خدمات از طریق پایگاه‌های اطلاع‌رسانی نظیر اینترنت برای عدم مراجعات غیرضروری و همچنین فراهم کردن امکاناتی در این زمینه برای پرداخت هزینه‌ها توسط مشتریان می‌تواند در بهبود عملکرد تجاری و تسریع در فرآیند خدمت‌رسانی مؤثر واقع شود.

سؤال اصلی دوم: قابلیت تجارت الکترونیک چه تأثیری بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن متغیر تعدیلگر مدیریت دانش دارد؟

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، قابلیت‌های تجارت الکترونیکی شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا اطلاعات را به اشتراک بگذارند، ارتباطات مؤثر را افزایش دهند، یکپارچگی زنجیره تأمین را تقویت کرده و تصمیم‌گیری را تسریع کرده و در نتیجه چابکی سازمانی را افزایش داده و مزیت رقابتی کسب کنند. شرکت‌هایی با قابلیت‌های قوی فناوری اطلاعات می‌توانند گزینه‌های دیجیتالی را در قالب فرایندها و دانش دیجیتالی برای عملکرد شرکت ایجاد کنند، تصمیم‌گیری را تسریع کرده و ارتباطات مؤثر را افزایش دهند، بر اساس نتایج فرضیات مربوطه به مدیران شرکت‌های خودروسازی پیشنهاد می‌گردد، با توجه به اهمیت بازارهای بین‌المللی برای تمرکز بر منابع در حال توسعه و توانمندی‌هایی همچون تجارت الکترونیک، شکاف مهم در ادبیات صادرات، کمبود دانش درباره نحوه ادغام منابع فناوری اطلاعات و توانمندی‌های ارتقادهنده کارایی‌های بازاریابی تصمیماتی اتخاذ گردد تا شرکت با تمرکز واضح بر نوآوری همچون نوآوری زیرساختی جهت توسعه محصولات / خدمات اهداف شرکت را به‌خوبی دنبال کرده و بهبود عملکرد را فراهم کند.

سؤال فرعی ۱: قابلیت استفاده از اینترنت اشیاء در تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی سرمایه اندوژی در بازار شرکت‌های منتخب در صنعت خودروپی دارد؟

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، قابلیت استفاده از اینترنت اشیاء بر سرمایه اندوژی در بازار و چابکی عملکرد در شرکت‌ها تأثیر مثبت ندارد. نکته‌ای که محقق در این سؤال به آن دست‌یافت این است که اینترنت اشیاء به تنهایی نمی‌تواند عاملی جهت چابکی سرمایه اندوژی باشد؛ زیرا چابکی بر منابع شرکت و تنظیمات داخلی منابع و به‌طور کلی فرآیند تولید تمرکز دارد و اینترنت اشیاء در صنعت خودروسازی نمی‌تواند در تولید اثرگذار باشد. این یافته با یافته‌های تالون (۲۰۰۸) مطابقت دارد، او دریافت که قابلیت مدیریت فناوری اطلاعات، سرعت پاسخگویی شرکت به تغییرات بازار را تسریع می‌کند ولی بر چابکی عملیاتی تأثیر مثبت نمی‌گذارد؛ بنابراین، آنچه مهم است توانایی بالای مدیریتی است که به شرکت کمک می‌کند تا به‌سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهند.

سؤال فرعی ۲: قابلیت استفاده از اینترنت اشیاء در تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های منتخب در صنعت خودروپی دارد؟

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت... / قاسم، امینی خوزانی و روستا

همان طور که سؤال قبل ارائه شد در تبیین این سؤال نیز می توان بیان نمود، قابلیت اینترنت اشیا بر چابکی تنظیم عملیاتی در بازار شرکتها تأثیر مثبت ندارد. نکته ای که محقق در این سؤال به آن دست یافت این است که اینترنت اشیا به تنهایی نمی تواند عاملی جهت چابکی تنظیم عملیاتی باشد. قابلیت مدیریت فناوری اطلاعات، سرعت پاسخگویی شرکت به تغییرات بازار را تسریع می کند ولی بر چابکی عملیاتی تأثیر مثبت نمی گذارد. بر اساس نتایج فرضیات مربوطه به مدیران شرکت های خودروسازی پیشنهاد می گردد، برای مقابله و رویارویی با تغییرات سریع محیطی مثل کنترل امنیت و انطباق استانداردها در شرکت و بهبود عملکرد سازمان، باید به قابلیت های فناوری اطلاعات و همراه شدن با واقعیت های جامعه توجه داشته و با سیاست های تجارت الکترونیکی سازگار باشند. در این راستا، با ایجاد نوآوری از طریق تسهیل به اشتراک گذاری اطلاعات، یکپارچه سازی سیستم های مختلف، ارتباط بهتر و همکاری میان بخش های مختلف عملکردی سازمان و همکاری با شرکا و در نتیجه تحقیق و توسعه، تولید و دیگر بخش های عملکردی، عملکرد سازمان بهبود می یابد.

سؤال فرعی ۳: قابلیت مدیریتی تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی سرمایه اندوزی در بازار شرکت های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می توان بیان نمود، قابلیت های تجارت الکترونیکی استفاده گسترده از اینترنت در فعالیت های تجاری را ترویج می کند و تصمیم گیری و کارایی کار را در بین کارکنان تسهیل می کند. از طریق این چابکی، شرکت های خودرویی می توانند بین فناوری های تجارت الکترونیک، اهداف تجاری و خواسته های بازار هم افزایی ایجاد کنند. به این ترتیب، نشان داده شده است که سرمایه اندوزی بازار و چابکی تعدیل عملیاتی می تواند عملکرد شرکتها را از طریق درک سریع و پاسخگویی به نیازهای مشتریان بهبود بخشند؛ بنابراین، آنچه مهم است توانایی بالای مدیریتی است که با برنامه ریزی برای کنترل امنیت و انطباق استانداردها و شیوه های مدیریت پروژه به شرکت کمک می کند تا به سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهند. بر اساس تأیید فرضیه مربوطه پیشنهاد می گردد با به کارگیری و پیاده سازی مدیریت مناسب در برنامه ریزی های مربوط به شیوه های مدیریت پروژه تجارت الکترونیک به تولید چابک دست یافت؛ که در این راستا می توان با سرعت بیشتری به نیازهای مشتریان پاسخ داده و انعطاف پذیری بیشتری را در نظر گرفت.

سؤال فرعی ۴: قابلیت مدیریتی تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می توان بیان نمود، تولیدکنندگان از فناوری اطلاعات برای توسعه کارایی ها و

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

ارتقا عملکرد استفاده می‌کنند. رویکرد این پژوهش به حجم فزاینده ادبیات افزوده و مبنای قوی برای مطالعه صنعتی فراهم می‌کند. لذا مدیریت سازمان می‌تواند عملکرد نوآوری محصول را از طریق دست‌کاری عوامل دانشی خود مطابق با راهبردهای چابکی بهبود بخشد. با توجه به نتایج تحقیق مبنی بر رابطه مثبت بین ابعاد قابلیت مدیریتی تجارت الکترونیک با بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های خودرویی توصیه می‌شود که مدیران با بهره‌گیری از توان مدیریتی خود با افزایش استانداردهای، تسهیم داده‌ها و کیفیت داده‌ها زمینه افزایش یادگیری فردی و سازمانی را بهبود داده تا از این طریق موجب چابکی و سرعت عمل در فعالیتهای سازمانی گردند.

سؤال فرعی ۵: قابلیت استعداد تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی سرمایه اندوزی در بازار شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال برخلاف سؤال قبل می‌توان بیان نمود، متخصصان دارای دانش تجارت الکترونیکی می‌توانند با استفاده از ارزیابی و کنترل فرآیندها و سیاست‌های الکترونیکی در شرکت‌های خودروسازی به شرکت‌ها در مدیریت و نگهداری کارآمدتر داده‌های خود در پاسخ سریع‌تر به تغییرات بازار کمک کنند همچنین آن‌ها می‌توانند به شرکت‌ها کمک کند تا از فرصت‌های بازار استفاده کرده و عملیات داخلی خود را مانند افزایش سریع یا کاهش مقیاس تولید و خدمات برای سازگاری با تغییرات بازار را تنظیم کنند. بر اساس تأیید نتیجه این فرضیه پیشنهاد می‌گردد، با به‌کارگیری افراد مستعد که در جهت تجزیه و تحلیل شرکت، شناسایی علائم مربوط به بازار و هرج و مرج آشکار بین رقبای، مدیران بااستعداد ضمن داشتن شایستگی‌ها و مزایای ویژه در مقابل رقبای، از طریق بازآفرینی و مهندسی مجدد به کلایی باکیفیت و کارکنانی بهره‌ور و کارا دست خواهند یافت.

سؤال فرعی ۶: قابلیت استعداد تجارت الکترونیک چه تأثیری بر چابکی تنظیم عملیاتی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، متخصصان دارای دانش تجارت الکترونیکی نیز به‌تنهایی نمی‌توانند به شرکت‌ها در مدیریت و نگهداری کارآمدتر داده‌های خود در پاسخ سریع‌تر به تغییرات بازار کمک کنند ولی می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا از فرصت‌های بازار استفاده کرده و عملیات داخلی خود را مانند افزایش سریع یا کاهش مقیاس تولید و خدمات برای سازگاری با تغییرات بازار را تنظیم کنند.

سؤال فرعی ۷: چابکی سرمایه اندوزی در بازار چه تأثیری بر افزایش عملکرد مالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، دستاوردهای عملکرد مالی منعکس‌کننده سودآوری شرکت‌ها

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت.../قاسم، امینی خوزانی و روستا

است که عمدتاً با شاخص های مالی مانند بازده سرمایه اندوزی، حجم فروش و سود اندازه گیری می شود (ژوانگ و لدرر، ۲۰۰۶). لذا نتایج این فرضیه منطقی به نظر می رسد. با توجه به تأثیر مثبت و معنادار قابلیت تجارت الکترونیک بر عملکرد مالی، به مدیران پیشنهاد می شود برای افزایش و بهبود عملکرد خود از طریق اقداماتی نظیر ساماندهی مجدد تأمین کنندگان و مشتریان، استفاده از تأمین کنندگان مطمئن و متنوع، رتبه بندی مشتریان و تأمین کنندگان و سیستم سفارش گیری سریع از مشتری برای شناسایی فرصت های موجود در محیط و مقابله با تغییرات و عدم اطمینان ها، سهم بازار و سود خود را افزایش دهند و گامی مؤثر در سرعت و چابکی و کاهش هزینه های سازمان بردارند.

سؤال فرعی ۸: چابکی سرمایه اندوزی در بازار چه تأثیری برافزایش عملکرد غیرمالی شرکت های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می توان بیان نمود، دستاوردهای عملکرد غیرمالی عمدتاً جنبه های عملکرد ملموس تری مانند قابلیت اطمینان محصول، خدمات به مشتریان، مدیریت دانش و سایر جنبه هایی است که جنبه های عملکردی را که نمی توان به طور مستقیم از آن درآمدزایی کرد، در برمی گیرد. شرکت ها از طریق سطح خدمات و تولید خود در جهت حمایت از نوسانات موجود در بازار می توانند به افزایش تقاضا و رضایت مشتری منجر شوند. همچنین با مهندسی مجدد فرآیندها هزینه های فرآیند را به طور قابل توجهی کاهش دهند. با توجه به تأیید فرضیه پیشنهاد می شود شرکت ها حرکت به سمت چابکی سرمایه اندوزی را در اولویت شرکت و برنامه ریزی های راهبردی خود قرار دهند؛ زیرا این امر امکان توأمان از مزیت های تولید چابک نظیر کاهی اتلاف زمان و هزینه های فرآیند را در پی داشته و توانایی پاسخگویی مناسب به تغییرات محیطی را فراهم می کند.

سؤال فرعی ۹: چابکی تنظیم عملیاتی چه تأثیری برافزایش عملکرد مالی شرکت های منتخب در صنعت خودرویی دارد؟

در تبیین این سؤال می توان بیان نمود، شرکت ها برای تسریع در پاسخگویی به تغییرات محیطی و درخواست و تقاضای مشتریان در تولید محصولات باکیفیت، از طریق کاهش هزینه های اضافی در تولید می توانند عملکرد مالی را تحت تأثیر قرار داده و باعث افزایش در نرخ بازده دارایی های شرکت شوند. سطح بالایی از چابکی تعدیل عملیاتی به شرکت های کمک می کند تا با ایجاد مشارکت های جدید، بهبود انعطاف پذیری عملیاتی، کاهش هزینه ها و تقویت حفظ مشتری، به موقع به نیازهای مشتریان پاسخ دهند، در واقع، چابکی تعدیل عملیاتی به تولید پیشنهاد های ارزشی جدید کمک می کند و عملیات داخلی را برای انطباق با تغییرات بازار بهبود می بخشد و همچنین فرصت های نوآورانه را به دست می آورد. با توجه

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۵، بهار ۱۴۰۱

به تائید فرضیه می‌توان پیشنهاد نمود، از آنجاکه معماری پیچیده فناوری اطلاعات یکی از معضلات اساسی سازمان‌ها است که به عملکرد چابکی سرمایه اندوژی سازمان آسیب رسانده و موجب شکاف در چابکی سازمان می‌شود. لذا توصیه می‌شود که مدیران به تقویت معماری سازمان از طریق زیرساخت فناوری مشترک، ایجاد و حفظ استانداردهای تعاملی و ارتباطی مبادرت ورزند. چراکه با افزایش و بهبود کارایی زیرساخت‌های فناوری، شرکت را در افزایش نرخ بازده دارایی‌های خود از طریق کاهش فرآیند تولید و جلوگیری از هزینه‌های اضافی یاری نمود.

سؤال فرعی ۱۰: چابکی تنظیم عملیاتی تأثیر معناداری برافزایش عملکرد غیرمالی شرکت‌های منتخب در صنعت خودرویی دارد.

در تبیین این سؤال می‌توان بیان نمود، در محیط در حال تغییر بازار، اگر شرکت‌ها بخواهند عملکردهای غیرمالی خود (به‌عنوان مثال رضایت وفاداری مشتری یا احساس موفقیت کارکنان) را بهبود بخشند، لازم است نه تنها به تغییرات بازار سریع واکنش نشان داده و برنامه‌های استراتژیک جدیدی تدوین کنند، بلکه باید عملیات داخلی را فوراً برای حمایت از اجرای استراتژی جدید تنظیم کنند. با توجه نتیجه مثبت و معنادار بودن نقش چابکی تنظیم عملیاتی بر عملکرد غیرمالی پیشنهاد می‌گردد، توجه به قابلیت تجارت الکترونیک از سوی شرکت‌ها، موجب می‌شود آن‌ها با طرح‌ها و ایده‌های جدید خود، زمینه ورود به بازار و در نتیجه امکان حفظ و ارتقای موقعیت شرکتشان در بازارهای داخلی و جهانی را فراهم کنند و همچنین چابکی در فرآیند کسب‌وکار بهترین راه‌های استفاده از منابع را ارائه می‌دهد که در نهایت شرکت‌ها می‌توانند هزینه‌ها را کاهش دهند و به عملکرد برتر دست یابند.

سرانجام اینکه تأثیر کلی در عوامل قابلیت‌های مبتنی بر تجارت الکترونیک می‌توان مهم‌ترین عامل قابلیت‌های مدیریتی را نام برد که با چارچوب‌های بازاریابی شواهدی مبنی بر عوامل مهم برقرار می‌سازد در صورتی که متغیرهای استعداد و اینترنت اشیا بر عملکرد سازمانی تأثیر نداشتند. علاوه بر این، این مدل نشان می‌دهد که مدیریت سازمان می‌تواند عملکرد نوآوری محصول را از طریق دست‌کاری عوامل دانشی خود مطابق با راهبردهای چابکی بهبود بخشد. مدل مفهومی ارائه‌شده در پژوهش قابلیت استفاده در تمامی کسب‌وکارهای تولیدی را دارد. این مدل می‌تواند یک راهنما برای مدیریت و نظارت بر نظام عملکرد از طریق دیدگاه دانشی ارائه کند.

بررسی تاثیر قابلیت های تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت.../قاسم، امینی خوزانی و روستا

منابع

- ۱) ابراهیمی، سعیده و جوان امانی، ودود. (۱۳۹۹). تأثیر پیاده سازی ابعاد مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی و تجارت الکترونیک در بانک صادرات شهر تهران، اولین کنفرانس ملی دانشگاه های کارآفرین، دزفول
- ۲) ایمان خان، نیلوفر. (۱۳۹۷). کسب و کار الکترونیکی و عملکرد بنگاه های نوظهور. نشریه مدل سازی اقتصادی. دوره ۱۲. شماره ۴۱.
- ۳) خورشادی زاده، تکتم و نورپسند، نجمه، ۱۳۹۴، تجارت الکترونیک؛ قابلیت ها و چالش ها، استراتژی های مدیریتی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع
- ۴) رحیمی، محمودرضا. حسینی، ماه آفرین. (۱۳۸۹). بررسی نقش تجارت الکترونیک در توسعه و سودآوری صنایع پتروشیمی. کنفرانس پتروشیمی ایران. دوره ۱.
- ۵) سرداری، احمد. آبرومندی، فرهنگ. دادپور، مهدی. (۱۳۹۹). بررسی توسعه قابلیت ها و کارایی بازاریابی تجارت الکترونیک در ارتقاء عملکرد شرکت ها (مطالعه موردی شرکت های صادراتی استان تهران). نشریه علمی راهبردی بازرگانی. انتشار آنلاین از تاریخ ۰۵ مهر ۱۳۹۹
- ۶) عوض زاده، سعیده. (۱۳۹۲). ارزیابی ارتباط میان فناوری اطلاعات، هم راستایی استراتژیک و اثربخشی فناوری اطلاعات.
- ۷) فقیهی، محمدحسین. (۱۳۹۷). تأثیر منابع فناوری اطلاعات بر قابلیت مدیریت دانش، دومین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی، همدان، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- ۸) رهنورد، فرجه اله. (۱۳۸۷). عوامل مؤثر بر ارتقای عملکرد سازمان های بخش دولتی ایران، پژوهشنامه مدیریت، سال هشتم، شماره ۴ (پیاپی ۳۱)، ص ۷۹.
- ۹) مقصودی گنجه، فرشید و سلکی، انسی و توکلی، شریفه. (۱۳۹۷). قابلیت های تجارت الکترونیکی در بازاریابی صنعتی B2B، چهارمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش، تهران.
- ۱۰) هاشم نیا، شهرام. اقبال، رویا. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط صنعتی «مورد مطالعه: شرکت های حوزه استان اصفهان». دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم، مجله علمی مهندسی مدیریت نوین، شماره ۱، دوره ۲.
- 11) Ashrafi, A. Ravasan, A. Z. Trkman, P. & Afshari, S. (2019). The role of business analytics capabilities in bolstering firms' agility and performance. *International Journal of Information Management*, 47, 1-15.
- 12) Alzahrani, J. (2018). The impact of e-commerce adoption on business strategy in Saudi Arabian small and medium enterprises (SMEs). *Review of Economics and Political Science*.
- 13) Benitez, J. Chen, Y. Teo, T. S. & Ajamieh, A. (2018). Evolution of the impact of e-business technology on operational competence and firm profitability: A panel data investigation. *Information & Management*, 55(1), 120-130.

- 14) Chen, Y. Wang, Y. Nevo, S. Benitez, J. & Kou, G. (2017), "Improving strategic flexibility with information technologies: insights for firm performance in an emerging economy", *Journal of Information Technology*, Vol. 32 No. 1, pp. 10-25.
- 15) Gregory, G. D. Ngo, L. V. & Karavdic, M. (2019). Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures. *Industrial Marketing Management*, 78, 146-157
- 16) Hånell, S. M. Nordman, E. R. Tolstoy, D. & Özbek, N. (2019). "It's a new game out there": e-commerce in internationalising retail SMEs. *International Marketing Review*.
- 17) Harsch, K. & Festing, M. (2020), "Dynamic talent management capabilities and organizational agility—a qualitative exploration", *Human Resource Management*, Vol. 59 No. 1, pp. 43-61.
- 18) Kumar. U. & Bamel. N.)2018). Organizational resources, KM process capability and strategic flexibility: a dynamic resource-capability Perspective. *Journal of Knowledge Management*.
- 19) Li, L. Lin, J. Turel, O. Peng, L. & Luo, X.)2020). The impact of e-commerce capabilities on agricultural firms' performance gains: the mediating role of organizational agility, *Industrial Management and Data System*. Vol. 120 No. 7. Pp. 1265- 1286.
- 20) Tran, L. T. T. (2021). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102287.
- 21) Tallon, P.P. Queiroz, M. Coltman, T. and Sharma, R. (2019), "Information technology and the search for organizational agility: a systematic review with future research possibilities", *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 28 No. 2, pp. 218-237.
- 22) Wu, Y. Gai, K. Zhu, L. Zhang, Z. & Qiu, M. (2019). Differential privacy-based blockchain for industrial internet-of-things. *IEEE Transactions on Industrial Informatics*, 16(6), 4156-4165.
- 23) Zhu, Z. Zhao, J. & Bush, A. A. (2019). The effects of e-business processes in supply chain operations: Process component and value creation mechanisms. *International Journal of Information Management*, 50, 273-285.

یادداشت‌ها :

-
- 1 Tran
 - 2 Zhu et al.
 - 3 Ashrafi et al.
 - 4 Hånell et al.
 - 5 Alzahrani
 - 6 Kumar & Bamel
 - 7 Chen et al.
 - 8 Goodness of Fit