



بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت با نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار

محمدرضا رخیده^۱

شاهرخ بیگی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۲۶ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸

چکیده

هدف: امروزه تغییرات بنیادین و تحول آفرین حاکم بر فضای کسب و کار، شرکت‌ها را به منظور حفظ عملکرد برتر در بلندمدت با چالش‌هایی روبرو ساخته است. از این رو، پژوهش‌های مدیریت استراتژیک توجه فزاینده‌ای به چگونگی بهبود عملکرد شرکت در محیط پویا داشته‌اند. در همین راستا در پژوهش حاضر تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت با نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار شرکت بررسی شده است. **روش:** تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از جهت شیوهی گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است، زیرا متغیرها را در نمونه آماری مطالعه شده توصیف می‌کند. جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های صادراتی استان بوشهر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار G-Power نسخه ۳،۱، تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart PLS و گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. **یافته‌ها:** بررسی نتایج آماری پژوهش نشان داد که متغیرهای قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت تأثیر مثبتی دارند. همچنین نوآوری مدل کسب و کار نیز با تأثیر مثبت بر عملکرد شرکت، ارتباط بین دو متغیر مستقل پژوهش با متغیر وابسته را میانجی می‌کند. **نتیجه‌گیری:** در محیط پویا، شرکت‌ها از قابلیت یکپارچگی برای ایجاد مزیت رقابتی منحصربه‌فرد از طریق مدل نوآوری در کسب و کار استفاده می‌کنند. ترکیبی موثر از قابلیت‌های مختلف می‌تواند انطباق فرآیندهای فعلی کسب و کار با شرایط متغیر فراهم آورد به نحوی که محصولات و خدمات جدید بتوانند توسط مشتریان پذیرفته شوند. همچنین چابکی استراتژیک، آمادگی شرکت در آینده و پیش بینی‌های قدرتمند را برای تبدیل شدن به عملکرد برتر در صنعت، دستیابی به سودآوری بالاتر و دستیابی به رشد سرمایه گذاری در بازار را به همراه دارد.

کلمات کلیدی:

چابکی استراتژیک، قابلیت یکپارچگی، عملکرد شرکت، شرکت‌های صادراتی، نوآوری مدل کسب و کار

۱- گروه سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران. (نویسنده مسئول).

m.reza.rokhide70@gmail.com

۲- گروه سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران. shahrokh_beigi@yahoo.com

امروزه تغییرات بنیادین و تحول آفرین حاکم بر فضای کسب و کار، شرکت‌ها را به منظور حفظ عملکرد برتر در بلندمدت با چالش‌هایی روبرو ساخته است (هوک و دوپوگن و همکاران^۱، ۲۰۲۰). از این رو، پژوهش‌های مدیریت استراتژیک توجه فزاینده‌ای به چگونگی بهبود عملکرد شرکت در محیط پویا داشته‌اند (ولیکورسوف و همکاران^۲، ۲۰۲۳). در محیط تجاری پویا، قابلیت شرکت در ایجاد، توسعه، اصلاح، ساختاردهی مجدد، به‌روزرسانی و افزایش منابع در طول مأموریت شرکت مبتنی بر مزیت رقابتی شرح داده می‌شود (خورو و همکاران^۳، ۲۰۲۰). در این محیط، چرخه حیات محصول کوتاه‌تر می‌شود و مزیت رقابتی می‌تواند بسیار ناپایدار شود (لیو و همکاران^۴، ۲۰۲۰). از سویی نیز، می‌توان اذعان نمود که هدف اصلی شرکت‌ها از تدوین استراتژی کسب و کار، افزایش عملکرد و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است (زوت و همکاران^۵، ۲۰۰۸). به عقیده گرت، یکی از منشأهای اصلی مزیت رقابتی، نوآوری استراتژیک می‌باشد؛ جایی که در آن سازمان‌ها می‌کوشند تا با خلق و بکارگیری روش‌های جدید انجام کار از جمله مدل‌های کسب و کار جدید، ارزش‌آفرینی را برای مشتریان خود به همراه بیاورند (گرت، ۱۳۹۶؛ ۲۶۰). در همین راستا مرور ادبیات پژوهشی در دهه‌های اخیر به خوبی اهمیت و جایگاه گذشته نوآوری مدل کسب و کار به عنوان یکی از حوزه‌های پژوهشی بسیار مهم در ادبیات مدیریت استراتژیک را برجسته می‌کند (کلاس و همکاران^۶، ۲۰۲۰). و ما را به دو جریان فکری رهنمون می‌سازد؛ مورد اول، جریانی است که بر تأثیر قابلیت یکپارچه‌سازی تأکید دارد و به‌عنوان قابلیت مهم پویا، به سنجش، انتقال و تغییر منابع و قابلیت‌های داخلی و خارجی در چهارچوب قابلیت شرکت‌ها کمک می‌کند (پنگ و همکاران^۷، ۲۰۱۹)؛ در این موقعیت، شرکت بایستی بتواند اساس منابع خود را با توجه به تغییرات محیط خارجی تطبیق دهد (دروبیازکو و همکاران^۸، ۲۰۱۹). که این امر نه تنها باعث می‌شود شرکت‌ها خود را با تغییر شرایط بازار وفق دهند، بلکه آن‌ها را قادر می‌سازد تا با ایجاد تغییرات، جایگاه استراتژیک شرکت را بهبود بخشند (وینارنکو و همکاران^۹، ۲۰۱۹) جریان دیگر بر نوآوری در مدل کسب و کار تمرکز دارد که بر اساس آن، توانایی شرکت برای رسیدن به رشد و حیات بلندمدت بسیار با اهمیت است. این کار از طریق بهبود ارزش محصولات یا خدمات یا تحویل این خدمات به مشتریان، موجب افزایش درآمد می‌شود (کنینگام و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۹) نوآوری در مدل کسب و کار (BMI^{۱۱}) با هدف پایداری و ایجاد اقتصادی مدور به‌عنوان قابلیت اساسی برای شرکت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد (پیرونی و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۹). بسیاری از محققان، مدل‌های کسب و کار را از منظر نوآوری مورد مطالعه قرار داده‌اند و عنوان نموده‌اند نوآوری یکی از عوامل اصلی موفقیت

به منظور پایداری عملکرد شرکت‌ها است (کلاس و همکاران^۶، ۲۰۱۹). علیرغم این، مدل‌های کسب و کار به مرور زمان ثبات خود را از دست می‌دهند (کلاس و همکاران^۶، ۲۰۲۰، ص ۱۰) و شرکت‌ها مجبور به تغییر منظم و نوآوری در مدل کسب و کار خود هستند. تغییراتی که امکان فراهم آوردن فعالیت‌های جدیدی فراتر از سطح نوآوری محصول و فرآیند را به همراه داشته باشد (هوک و دوپوگن و همکاران^۱، ۲۰۲۴). مبتنی بر نظریه احتمالات، ممکن است که اثر نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت با اثرگذاری عوامل احتمالی مختلف تغییر کند (پنگ و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۹) و بسیاری از شرکت‌ها نیز به دنبال یافتن پاسخی برای این پرسش می‌باشند؛ که چه عواملی بر نوآوری در مدل کسب و کار آنها تأثیر می‌گذارد؟ (جعفری و آموزگار، ۲۰۱۷). برای به حداقل رساندن ابهامات و اتخاذ تصمیمات مناسب، شرکت‌ها باید به طور دائم فرصت‌ها و تهدیدهای نوآورانه را در درون و خارج از مرزهای شرکت شناسایی و درک نمایند (هوک و دوپوگن و همکاران^۱، ۲۰۲۳). در این مقطع، سازمان‌ها با بکارگیری قابلیت‌های یکپارچگی قادر خواهند بود در مواجهه با تغییرات محیطی، به عملکرد سازمانی بهتری دست یابند. عملکرد اصلی قابلیت یکپارچه‌سازی، دستیابی به تعامل مثبت بین منابع مختلف از طریق تبدیل آن‌ها به مجموعه مهارت‌های سازمانی ارزش‌آفرین است که با محیط خارجی همسو می‌شوند (جیانگ و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۵). قابلیت یکپارچه‌سازی توانایی است که به طور مداوم منابع و قابلیت‌های شرکت را برای به دست آوردن فرصت‌های بازار پیکربندی می‌کند. این کارایی مدیریت سازمان را بهبود می‌بخشد و منجر به عملکرد برتر می‌شود (بوکن و همکاران^{۱۵}، ۲۰۲۰). همچنین شرکت‌ها در زمینه نوآوری مدل کسب و کار به تغییر و تحول بیشتری نیاز دارند ولی ممکن است تمایل داشته باشند تا حد امکان سوار بر تغییرات بیرونی باشند. لذا محققان مفهوم چابکی استراتژیک را معرفی نموده‌اند که بنگاه‌ها می‌توانند از آن به عنوان پشتوانه‌ای برای انتخاب‌های استراتژیک خود استفاده کنند. چابکی استراتژیک، پذیرش نوآوری مدل کسب و کار را تسهیل و به نوبه خود به عملکرد بهتر شرکت نیز کمک می‌کند. حتی برخی از محققین چابکی استراتژیک را "سنگ‌بنایی محوری برای داشتن توانایی تغییر و نوآوری مدل‌های کسب و کار" می‌دانند (کلاس و همکاران^۶، ۲۰۲۰، ص ۱۵). با این وجود تحقیقات معدودی در مورد اینکه آیا و چگونه چابکی استراتژیک شرکت‌ها بر پذیرش نوآوری مدل کسب و کار تأثیر می‌گذارد، وجود دارد و تاکنون به سطح مفهومی و نظری محدود بوده است. همچنین، مطالعات گذشته، ارتباط چابکی استراتژیک و عملکرد شرکت را مفهوم‌سازی ننموده است (اروکادر و آشیکا^{۱۶}، ۲۰۲۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهد، دیدگاه چابکی استراتژیک موجب تقویت توانایی‌های شرکت برای نوآوری و ساختاردهی مجدد منابع و ارتقای قابلیت‌های موجود می‌شود که به نوبه خود به عملکرد

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

بالا تر شرکت‌ها منجر می‌گردند (کوتامکی و همکاران^{۱۷}، ۲۰۲۰؛ کلاس و همکاران^۶، ۲۰۲۰)

تجارت جهانی یک محیط بسیار رقابتی و پیچیده است که نیازمند حضور مداوم و پایدار در بازارهای هدف، با نیاز به توسعه برنامه‌های خوب طراحی شده و درک کامل نیازهای بازار هدف و قواعد بازی است. در ارتباط با ورود به بازارهای جهانی و صادرات محصولات و خدمات در نظر گرفتن دو نکته از اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌باشد؛ (۱) تحقیقات و دانش بازار و جمع آوری اطلاعات در مورد کشور هدف، نیازهای بازار هدف برای محصولات و خدمات، قیمت گذاری، شناسایی کانال های توزیع و غیره (۲) حضور به موقع در بازارها، اخذ مجوزهای لازم، پیش بینی موجودی محصولات، یکپارچگی عملیات، مشاهده مناقصه‌های بین‌المللی، امور بیمه و حمل و نقل، مدیریت پرداخت ریسک و بدهی‌ها، مدیریت کامل فرآیندها و قوانین تجارت بین‌المللی و غیره. در نتیجه، با توجه به پیچیدگی و رقابت نزدیک در تجارت بین‌المللی کسب و کارهایی که قصد صادرات محصولات و خدمات خود را دارند، نوآوری در کسب و کار در زمینه ایجاد صنایع مختلف (مانند صادرات محصولات صنایع معدنی، آبریان، خرما، پتروشیمی) محصولات مرتبط صنعتی می‌تواند فرصت مناسبی برای سرمایه گذاری با توجه به موقعیت نزدیکی بنادر استان بوشهر و همجواری به کشورهای حاشیه خلیج فارس برای صادرات محصولات در زمینه های مختلف صنعتی و تجاری باشد. در راستای حمایت از تولیدات داخلی و شرکت های صادراتی برای نوآوری در مدل کسب و کار، اقدامات متعددی نظیر تشکیل کارگروه توسعه صادرات، برگزاری نشست میزهای تخصصی در اتاق بازرگانی، حمایت از اعزام و پذیرش هیات های تجاری و حمایت از حضور تولیدکنندگان و تجار در نمایشگاه های بین المللی و غیره را به منظور نوآوری، رشد و توسعه صادرات غیرنفتی برنامه ریزی شده و برخی اقدامات دیگر هم در دست اقدام است. اسدی و همکاران (۱۳۹۶)؛ در پژوهشی اثر تمایل به بازارهای صادراتی بر عملکرد صادراتی در منطقه ویژه اقتصادی در استان بوشهر مورد بررسی قرار می دهد؛ که بازارگرایی صادراتی و اثربخشی قابلیت های بازاریابی بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی مستقر در منطقه ویژه اقتصادی بوشهر اثر مثبت و معناداری را ایجاد می کند. مصلح و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی تأثیر ابعاد جهت گیری استراتژیک بر عملکرد صادراتی شرکت های صادراتی استان بوشهر را مورد بررسی قرار می دهد؛ که که استراتژی آینده گرایی، پیشگامی و ریسک پذیری بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معناداری را ایجاد می کند. لذا با توجه به مباحث مطرح شده و به منظور پوشش این شکاف تحقیقاتی، پژوهش حاضر با توسعه ادبیات مدیریت در جهت پوشش شکاف های تحقیقاتی مطالعات گذشته به بررسی تأثیر همزمان قابلیت های یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت های صادراتی با نقش میانجی نوآوری

کسب و کار می‌پردازد. بنابراین می‌توان گفت این پژوهش با پوشش ضعف‌های مجموعه دانش فعلی، روش جدیدی از کاربرد مجموعه دانش را نشان می‌دهد. لذا هدف اصلی تحقیق پاسخ به این سوال است که قابلیت‌های یکپارچگی و چابکی استراتژیک با تبیین نقش میانجی‌گری نوآوری مدل کسب و کار چه تأثیری بر عملکرد شرکت‌های صادراتی در شهر بوشهر دارد؟

مبانی نظری پژوهش

قابلیت یکپارچگی

قابلیت یکپارچه‌سازی به شرکت کمک می‌کند تا مزایای قابلیت عملیاتی را از شرکای متحد به عملکرد برتر تبدیل کند؛ علاوه بر این، قابلیت یکپارچگی نیز به‌طور مؤثر به‌روزرسانی شده و قابلیت‌های عملیاتی شرکت را تجدید می‌کند که این امر به عملکرد قوی یک شرکت منجر می‌شود. قابلیت یکپارچگی شرکت‌ها از طریق فعل و انفعالات متقابل فرآیندهای انتخابی و سیستم‌های دانش آنها و تأثیرگذاری بر اثربخشی، توسعه می‌یابد (موین^{۱۸}، ۲۰۱۷؛ ویسن و دالان باچ^{۱۹}، ۲۰۰۵). یکپارچگی باید در منابع ملموس یا ناملموسی صورت گیرد که قابلیت آن را دارد (سالازار و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۹)؛ به‌عنوان مثال، یکپارچگی ابتدا در زمینه رایانه مورد استفاده قرار گرفت. در سال ۱۹۷۳، دکتر جوزف هرینگتون ابتدا مفهوم ساخت کامپیوتری (CIM) را مطرح کرد که هسته اصلی آن یکپارچه است؛ یعنی تمام زمینه‌های عملکردی و فرایندهای تجاری شرکت به‌عنوان یک سیستم باید به‌صورت ارگانیک یکپارچه و باعث شوند که شرکت به سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهد تا بتوانند به بهینه‌سازی بهره‌وری کلی شرکت دست یابند (ویسواسکن و سلوی^{۲۱}، ۲۰۱۷؛ جین و همکاران^{۲۲}، ۲۰۱۶). قابلیت یکپارچه، به‌طور مستمر منابع و توانایی‌های شرکت را برای دستیابی به فرصت‌های بازار ساختاردهی مجدد می‌کند. این قابلیت کارایی، مدیریت سازمانی را بهبود می‌بخشد و به عملکرد برتر منجر می‌شود (پنگ و همکاران، ۲۰۱۹). کسب دانش خارجی و یکپارچه‌سازی دانش داخلی، قابلیت‌های یکپارچه‌سازی را در شرکت‌ها تشکیل می‌دهند (جیو و لو^{۲۳}، ۲۰۱۷). یو (۲۰۱۲) معتقد است، قابلیت یکپارچگی، مجموعه‌ای از قابلیت‌هاست که توانایی لجستیک با یکپارچه‌سازی اطلاعات در رابطه با تقاضای محصول، تأمین مواد، فن‌آوری اطلاعات و توانایی کارکنان را شرح می‌دهد (تج^{۲۴}، ۲۰۱۸؛ یو^{۲۵}، ۲۰۱۲). اخیراً، قابلیت یکپارچگی توجه فزاینده‌ای را به خاطر تأثیرگذاری بر استراتژی‌های شرکت در زمینه‌های مختلف، جلب کرده است. قابلیت یکپارچه‌سازی برای نوآوری از اهمیت زیادی برخوردار است. به‌طور خاص، در محیط‌های پروژه، قابلیت یکپارچه‌سازی دانش، شرکت را قادر می‌سازد تا

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

ورودی‌های مختلف تولید، مثل مهارت‌ها، دانش، نرم‌افزار و فن‌آوری را با نتایج پروژه موفق ترکیب کند (سالونکه و همکاران^{۲۶}، ۲۰۱۹؛ ناجو و اوکاس^{۲۷}، ۲۰۱۲). لاوسون و سامسون (۲۰۰۱) معتقدند که سازمان‌های دارای قابلیت نوآوری، قابلیت یکپارچه‌سازی توانایی‌ها و منابع اصلی شرکت، عملکرد بهتری را در نوآوری دارند (سیسل و دوگان^{۲۸}، ۲۰۱۹)؛ بخصوص در محیط پویا، شرکت باید از طریق نوآوری مدل کسب و کار از توانایی یکپارچه‌سازی برای ایجاد یک مزیت رقابتی منحصر به فرد استفاده کند. با ترکیب اثربخش قابلیت‌های مختلف فرآیندهای کسب و کار فعلی، به‌طوری که محصولات و خدمات جدید توسط مشتریان پذیرفته شوند، مدل نوآوری کسب و کار (BMI) به‌عنوان پلی بین قابلیت یکپارچه‌سازی و عملکرد شرکت، می‌تواند قابلیت شرکت‌ها را در ایجاد ارزش مؤثرتر (بیشتر) افزایش دهد (ولو^{۲۹}، ۲۰۱۷؛ ونگ و احمد^{۳۰}، ۲۰۰۷) قابلیت یکپارچه‌سازی می‌تواند نوآوری مدل کسب و کار را ارتقا دهد و عملکرد شرکت را بهبود بخشد. دوم اینکه در مقایسه با نوآوری محصول و فرآیند، نوآوری مدل کسب و کار با پشتیبانی از قابلیت یکپارچه می‌تواند ارزش بیشتری را برای مشتریان خلق کند. مدیران باید بازدهی قابل توجه توسعه قابلیت یکپارچگی را تشخیص دهند (لینتگراد و همکاران^{۳۱}، ۲۰۰۹؛ مسا و توچی^{۳۲}، ۲۰۱۳؛ پنگ و همکاران، ۲۰۲۰)

چابکی استراتژیک

چابکی استراتژیک (SA)^{۳۳} توانایی یک شرکت برای واکنش سریع به تغییرات محیطی است؛ به عبارت دیگر، چابکی استراتژیک، توانایی شرکت از طریق دستیابی به فرصت‌های استراتژیک با انعطاف و انطباق‌پذیری و با پیکربندی (ساختاردهی) مجدد مدل کسب و کار تعریف می‌شود (دلیبس و همکاران^{۳۴}، ۲۰۲۰). و با جهت‌گیری مناسب موجب عملکرد بالای شرکت می‌شود (جرالد و همکاران^{۳۵}، ۲۰۲۰). در محیط کسب و کار قرن بیست و یکم، چابکی استراتژیک باعث بهبود مستمر عملکرد و سازگاری مناسب سازمان با محیط کسب و کار پویا در زمان مناسب خواهد شد (خشنود و نعمتی زاده^{۳۶}، ۲۰۱۷؛ افق و آکانبی^{۳۷}، ۲۰۱۲) در نتیجه چابکی استراتژیک ضعیف، اکثر شرکت‌های صادراتی از محدودیت‌های مختلفی که در سطح بین‌المللی و محلی ایجاد شده است، غافل مانده‌اند. به نظر می‌رسد این عملکرد، آنها را دچار مشکل می‌کند و در نتیجه بقایشان را مورد تهدید قرار می‌دهد (اربوسا و همکاران^{۳۸}، ۲۰۱۷). عملکرد یک سازمان به چابکی استراتژیک در قبال رقبا، مشتریان، تأمین‌کنندگان، شرکا و سیاست‌های دولت بستگی دارد (کلاسس و همکاران^{۳۹}، ۲۰۱۹). مطابق با نظر وبر و تاربا (۲۰۱۴)، چابکی استراتژیک یک قابلیت است که نه تنها با تخصیص منابع کافی برای توسعه و استقرار همه قابلیت‌های خاص، بلکه با تعادل پویای این قابلیت‌ها در طول زمان چابک می‌ماند

(شمس و همکاران^{۳۹}، ۲۰۲۰). در زمینه مدل کسب و کار، دوز و کوسنن (۲۰۱۰) چابکی استراتژیک را «سنگ بنایی برای داشتن توانایی تبدیل و تجدید مدل‌های کسب و کار» در نظر گرفته‌اند (تربا و همکاران^{۴۰}، ۲۰۱۹). از آنجا که شرکت‌ها در زمینه نوآوری مدل کسب و کار به توانایی زیادی برای تغییرات خارجی نیاز دارند، محققان مفهوم چابکی استراتژیک را مطرح کرده‌اند. برای رهبران ارشد یک شرکت اهمیت دارد که با پروژه‌های جدید و مخاطره‌آمیزی که نوآوری در مدل کسب و کار را تقویت می‌کنند، همکاری نمایند و نسبت به آنها متعهد باشند (آربوسا و همکاران^{۳۸}، ۲۰۱۷؛ دجه و آریف^{۴۲}، ۲۰۱۵). از نظر برولر و همکاران (۲۰۱۴)، چابکی استراتژیک قابلیت بسیار ارزشمندی است که یک شرکت را قادر می‌سازد تا بدون از دست دادن زمان، حیات خود را در محیط‌های نامطمئن، بی‌ثبات و در حال تغییر، افزایش دهد (اسازدی و همکاران^{۴۳}، ۲۰۲۰). الرومدی^{۴۴} (۲۰۱۹)، اهمیت چابکی استراتژیک را در دستیابی به مزیت رقابتی از طریق مطالعه تأثیر آن بر نوآوری، کیفیت خدمات، قابلیت اطمینان تحویل، انعطاف‌پذیری پردازش و رهبری هزینه نشان داد. روبریک و کام (۲۰۱۸) بیان کردند که چابکی استراتژیک جهت مقابله با اثرات منفی تغییرات محیط کسب و کار، آمادگی رقبا در آینده به‌منظور عملکرد بهتر و دستیابی به سودآوری برتر در شرکت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد (آرکودر و همکاران^{۴۴}، ۲۰۱۹؛ اپل باوم و همکاران^{۴۵}، ۲۰۱۷؛ اوکوئو^{۴۶}، ۲۰۱۵).

عملکرد شرکت

برنادین و همکاران (۱۹۹۵) بیان می‌کنند که عملکرد باید به‌عنوان نتایج اقدامات شغلی در حوزه کاری در نظر گرفته شود. (جناتو^{۴۷}، ۲۰۱۸). عملکرد شرکت شامل دو بعد است: یکی عملکرد شرکت از نظر مالی (سوددهی، بازگشت به سرمایه‌گذاری و جریان نقدینگی عملیاتی) و دیگری عملکرد شرکت‌ها از نظر بازار (رشد فروش، سهم بازار، قدرت بازار و توسعه بازار) (دیجی و آریف^{۴۲}، ۲۰۱۵). کین (۱۹۹۶) بحث می‌کند، عملکرد «عبارتست از چیزی که شخص به‌عنوان سابقه از خود بر جای می‌گذارد و صرف نظر از هدف به‌وجود می‌آید» (گوتیرز-پرز^{۴۸}، ۲۰۱۸). از نظر برامبراخ (۱۹۸۸)، عملکرد هم به معنی رفتار و هم به معنی نتایج است. رفتارهایی که به‌وسیله فرد انجام می‌شوند و عملکرد را از حالت ذهنی به حالت عملی تبدیل می‌کنند، نه تنها وسایلی برای کسب نتایج هستند؛ بلکه خودشان ذاتاً دستاورد می‌باشند؛ یعنی جدای از نتایج می‌توانند مورد ارزیابی قرار گیرند (لو^{۴۹}، ۲۰۱۸). سوفارد و همکاران^{۵۰} (۲۰۰۶) معتقدند که چابکی زنجیره ارزش بر عملکرد کسب و کار تأثیر می‌گذارد. شین و همکاران (۲۰۱۵) نیز در مطالعه‌ای بر روی شرکت‌های کوچک و متوسط کره‌ای دریافتند، چابکی استراتژیک تأثیر مثبتی بر عملکرد عملیاتی و حفظ مشتری دارد؛ اما تأثیری بر

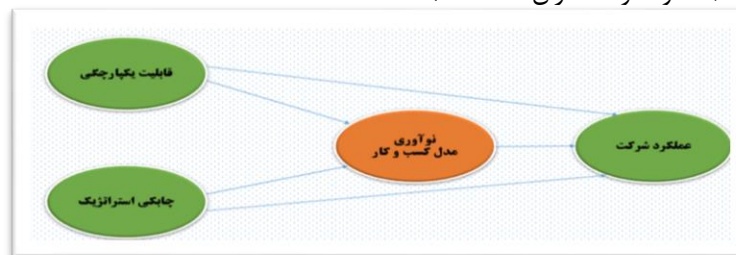
بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

عملکرد مالی ندارد. از نظر یو و همکاران (۲۰۱۷)، چابکی استراتژیک نقش میانجی بین سبک‌های مدیریت ریسک شرکتی و عملکرد شرکت را بر عهده دارد (کاله و همکاران^{۵۱}، ۲۰۱۹؛ آکادر و همکاران^{۴۴}، ۲۰۱۹؛ ولاینکا و همکاران^{۵۲}، ۲۰۱۷). محققان تأیید کرده‌اند که مدل‌های کسب و کار نقش مهمی در عملکرد شرکت و ایجاد مزیت رقابتی ایفا می‌کنند. از نظر پورتر (۱۹۹۸)، مزیت رقابتی به قابلیت شرکت‌ها برای دستیابی به عملکرد بالاتر نسبت به رقبای خود اطلاق می‌شود. در محیط‌های بسیار پویا، شرکت‌ها برای ایجاد مزیت رقابتی به سازگاری مبتنی بر تجربه نیاز دارند. مدل‌های کسب و کار نوآورانه، شرکت‌ها را قادر می‌سازند تا ایده‌ها، منابع و محصولات خود را به روش‌های استراتژیک، عملیاتی و اقتصادی تجاری کنند (پارنتو و همکاران^{۵۳}، ۲۰۲۰؛ لی و همکاران^{۵۴}، ۲۰۱۹). وقتی مشتریان از محصولات و خدمات ارزش جدیدی کسب می‌کنند، نوآوری مدل کسب و کار می‌تواند تمایل آنها به خرید محصولات و خدمات جدید و عملکرد شرکت را بهبود بخشد؛ بخصوص در محیط پویا، شرکت باید از قابلیت یکپارچگی برای ایجاد مزیت رقابتی منحصر به فرد از طریق نوآوری مدل کسب و کار استفاده کند. پنگ و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که قابلیت یکپارچگی تأثیر معناداری بر عملکرد شرکت دارد. هدف از نوآوری مدل کسب و کار، ایجاد ارزش برای مشتریان و نشان دادن تجربه بهتر ارزش است (فاریس و همکاران^{۵۵}، ۲۰۱۹؛ پنگ و همکاران^۷، ۲۰۱۹).

مدل نوآوری در کسب و کار

نوآوری در مدل کسب و کار هرچند ممکن است با وجود مدل کسب و کار قبلی با چالش‌های زیادی مواجه شود؛ اما در زمان بی‌ثباتی بسیار ارزشمند است و می‌تواند راهی را برای خروج از رقابت شدید به شرکت‌ها ارائه دهد که تحت آن، نوآوری‌های محصول یا فرآیند به راحتی مورد تقلید می‌گیرد (لینگراد و همکاران^{۳۱}، ۲۰۱۹؛ کیولی و کولک^{۵۶}، ۲۰۱۹). نوآوری مدل کسب و کار را می‌توان نوعی نوآوری سازمانی تعریف کرد که شیوه خلق، ارائه و ضبط ارزش در کسب و کارها را برای ذینفعان تغییر می‌دهد (هوک و دوپوگن و همکاران^۱، ۲۰۲۰). قابلیت یکپارچه‌سازی با تأکید بر انطباق منابع و تأثیر هم‌افزایی آن، نوآوری مدل کسب و کار را تسهیل می‌کند. نوآوری مدل کسب و کار می‌تواند بین عملکرد شرکت و قابلیت یکپارچگی نقش میانجی را ایفا نماید (پنگ و همکاران^{۳۱}، ۲۰۱۹). به‌طور خلاصه، ادبیات استراتژیک نشان داده است که چابکی استراتژیک با تأثیرگذاری بر دامنه و شدت اقدامات استراتژیک، عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد. با این استدلال که چابکی استراتژیک عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد و به اتخاذ نوآوری‌های مدل کسب و کار منجر می‌شود، اتخاذ نوآوری در مدل کسب و کار در زمینه ارزش‌آفرینی، ارزش‌یابی و ارزش پیشنهادی، از طریق ایجاد امکان شناسایی و

بهره‌برداری از فرصت‌های بازار مرتبط با ماهیت و ارزش مشتری، عملکرد شرکت را به‌طور قابل توجهی بهبود می‌بخشد (آسموخا و همکاران^{۵۷}، ۲۰۱۹)



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

(کلاسس و همکاران، ۲۰۲۰؛ پنگ و همکاران، ۲۰۱۹؛ سالونکه و همکاران، ۲۰۱۹)

Figure 1: Conceptual research model

(Clauss et al, 2019, Pang et al, 2019, Salunke et al, 2019)

فرضیات پژوهش

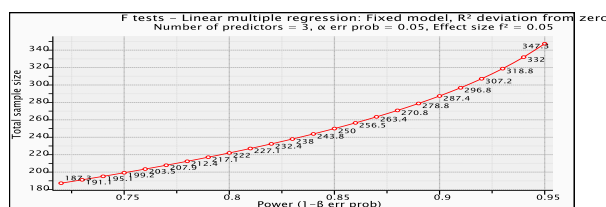
۱. قابلیت یکپارچگی شرکت بر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معنادار دارد.
۲. قابلیت یکپارچگی شرکت بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار دارد.
۳. چابکی استراتژیک بر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر معنادار دارد.
۴. چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار دارد.
۵. نوآوری مدل کسب و کار بر عملکرد شرکت تأثیر معنادار دارد.
۶. نوآوری مدل کسب و کار بین عملکرد شرکت و قابلیت یکپارچگی نقش میانجی دارد.
۷. نوآوری مدل کسب و کار بین عملکرد شرکت و چابکی استراتژیک نقش میانجی دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از جهت شیوه‌ی گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی است، زیرا متغیرها را در نمونه آماری مطالعه شده توصیف می‌کند و دانش کاربردی را در مورد کیفیت رابطه و تأثیرپذیری چهار متغیر قابلیت یکپارچگی، چابکی استراتژیک، نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت را توسعه می‌دهد. جامعه آماری پژوهش، کارمندان و مدیران شرکت‌های صادراتی در شهرستان بوشهر و تنگستان می‌باشد. با توجه مشکلات قواعد سرانگشتی (هیر و همکاران، ۲۰۱۴)، تعیین حجم نمونه با روش مبتنی بر آزمون و نرم‌افزار جی-پاور نسخه ۳.۱ انجام شد (فائول و همکاران، ۲۰۰۹).

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

حجم نمونه با در نظر گرفتن سطح خطای ۰/۵، اندازه اثر ۰/۰۵ و نیز حداقل توان آزمون ۰/۸ و ۳ متغیر پیش‌بین، تعداد ۲۲۲ مشاهده محاسبه گردید (شکل پایین). پرسشنامه‌ها به روش آنلاین و دستی توزیع و مجموعاً ۲۱۹ پرسشنامه به دست محققین رسید. نرخ بازگشت پرسشنامه آنلاین باید حداقل ۰/۶۵ باشد تا روند پیمایش از اعتبار لازم برخوردار شود (آکر، ۱۳۹۵) که در این پژوهش بالای ۰/۹۸ است. پس روند پیمایش این پژوهش از اعتبار بالایی برخوردار است. لذا با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش از نرم افزار spss25 و مدلیابی معادلات ساختاری، روش حداقل مربعات جزئی (SMART PLS 3) جهت آزمون فرضیه و برازندگی مدل استفاده شده است.



شکل ۲: حجم نمونه بر مبنای توان آزمون

Figure 2. Sample size based on test power

جدول ۱. آمار توصیفی پژوهش

Table 1. Descriptive statistics of the study

متغیر جمعیت شناختی	سطوح	درصد فراوانی
سمت پاسخ دهندگان	مدیر	۲۵/۱
	کارشناس	۷۴/۹
سابقه فعالیت شرکت	زیر ۵ سال	۷/۷
	۵ تا ۱۰ سال	۰/۴۷
	۱۱ تا ۱۵ سال	۰/۲۹
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۶/۴
تعداد کارکنان شرکت	۱ تا ۵ نفر	۹/۸
	۶ تا ۱۰ نفر	۱۱/۵
	۱۱ تا ۱۵ نفر	۶۶/۱
	بیشتر از ۱۵ نفر	۱۲/۶
نوع فعالیت	تولیدی	۹۱/۸
	خدماتی	۸/۲

روایی و پایایی

ابزار جمع‌آوری اطلاعات باید از روایی و پایایی مناسب برخوردار باشد. تا محقق بتواند تا داده‌های مناسب و لازم پژوهش را جمع‌آوری کند.

جدول ۲. متغیرهای پژوهش، نتایج پایایی و روایی

Table 2. Research variables, reliability and validity results

متغیر	نوع متغیر	ضریب آلفای کرونباخ	CR	AVE	rho-a	آزمون مقایسه AVE و CR
قابلیت یکپارچگی	برون‌زا	۰/۹۲۲	۰/۹۴۰	۰/۷۲۵	۰/۹۲۵	CR > AVE
چابکی استراتژیک	برون‌زا	۰/۹۱۰	۰/۹۳۳	۰/۷۳۵	۰/۹۱۱	CR > AVE
نوآوری مدل کسب و کار	درون‌زا	۰/۸۹۱	۰/۹۱۸	۰/۶۹۳	۰/۹۱۰	CR > AVE
عملکرد شرکت	درون‌زا	۰/۹۲۴	۰/۹۴۲	۰/۷۶۶	۰/۹۲۷	CR > AVE

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد در بررسی روایی سازه متغیرهای تحقیق، شاخص میانگین واریانس استخراج شده^{۵۸} (AVE) برای همه‌ی متغیرها بیشتر از ۰/۵ می‌باشد. که بیانگر آن است که متغیرهای تحقیق از روایی همگرای مناسبی برخوردارند. درخصوص بررسی پایایی پرسشنامه نیز از دو روش آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی^{۵۹} (CR) استفاده شده است. که همان‌گونه نتایج نشان می‌دهد

در رویکرد واریانس‌محور به دلیل عدم وجود شاخص‌های برازش به معنای واقعی از آزمون‌هایی که کیفیت مدل بیرونی و درونی را می‌سنجند استفاده می‌شود. قبل از ارزیابی مدل ساختاری نیز کیفیت مدل اندازه‌گیری با آزمون روایی متقاطع شاخص اشتراکی سازه (CV COM) ارزیابی شد و با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ یعنی ضعیف، متوسط و قوی مقایسه شد. بر اساس نتایج جدول (۲) مدل اندازه‌گیری برای تمامی متغیرها از کیفیتی مناسبی برخوردار است. همچنین آزمون فورنل لارکر مربوط به روایی همگرا و واگرا، پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری مورد تایید است.

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت ... / رخیده و شاهرخ بیگی

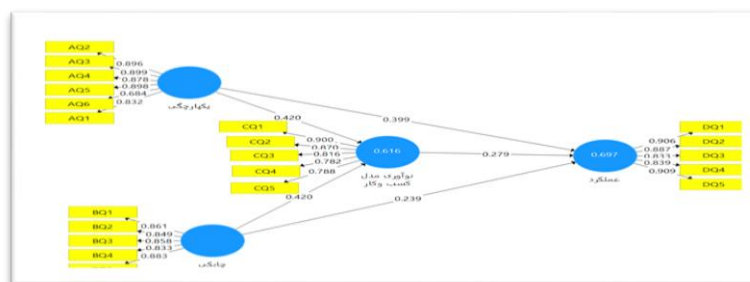
جدول ۳. روایی متقاطع شاخص اشتراکی سازه و معیار فورنل-لارکر

Table 3. Cross-validity of the construct commonality index and the Fornell-Larker criterion

متغیرها	CV	معیار فورنل-لارکر			
		FP	BMI	SA	IC
IC	۰/۵۸۹			۰/۸۷۵	
SA	۰/۶۴۷			۰/۸۳۳	۰/۷۴۶
BMI	۰/۵۱۷		۰/۸۵۷	۰/۷۳۳	۰/۷۴۰
FP	۰/۶۱۰	۰/۸۵۱	۰/۷۴۴	۰/۷۳۲	۰/۷۸۱

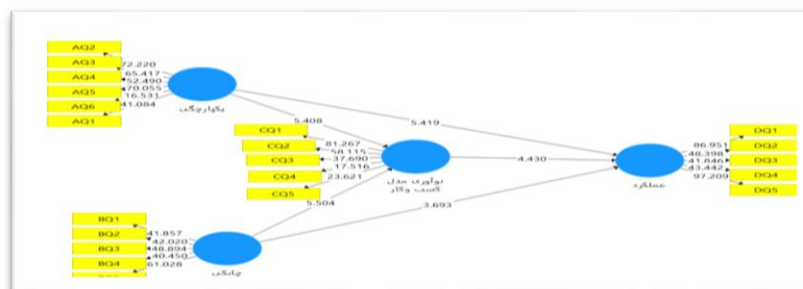
تحلیل تجربی و یافته‌ها

در ادامه با توجه برازش مدل ساختاری پژوهش، رد یا تایید فرضیه‌های پژوهش با به‌کارگیری ضرایب استاندارد (ضرایب مسیر) و ضرایب معناداری (T-value) بررسی شده و گزارش شده‌اند.



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

Figure 3: Research measurement model in the standard coefficient estimation mode



شکل ۴: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب معناداری

Figure 4: Research measurement model in the mode of estimating significance coefficients

شکل‌های شماره ۳ و ۴ مدل کلی تحقیق را در حالت ضرایب مسیر و قدر مطلق ضرایب معناداری نشان می‌دهند. با توجه به خروجی‌های نرم‌افزار، مقدار تمامی ضرایب استاندارد (ضرایب مسیر) همگی مثبت، و همچنین میزان ضرایب معناداری (T-value) بالاتر از ۱/۹۶ است. بدین ترتیب تمامی فرضیات تحقیق در سطح ۹۵٪ معنادار هستند.

جدول ۴. نتایج آزمون معناداری فرضیات

Table 4. Results of the significance test of the hypotheses

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر استاندارد شده (β)	آماره آزمون (تی)	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
قابلیت یکپارچگی	عملکرد شرکت	۰/۳۹۹	۵/۴۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنادار است
قابلیت یکپارچگی	نوآوری مدل کسب و کار	۰/۴۲۰	۵/۴۰۸	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنادار است
چابکی استراتژیک	عملکرد شرکت	۰/۲۳۹	۳/۶۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنادار است
چابکی استراتژیک	نوآوری مدل کسب و کار	۰/۴۲۰	۵/۵۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنادار است
نوآوری مدل کسب و کار	عملکرد شرکت	۰/۲۷۹	۴/۴۳۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	معنادار است

بررسی نقش میانجی‌گری

آزمون سوبل رایج‌ترین روش آزمون ضرایب میانجی است. این چارچوب توسط مایکل سوبل^{۶۰} در سال ۱۹۸۲ ارائه شد. آزمون سوبل جهت بررسی معناداری متغیر میانجی (واسطه) در رابطه میان متغیر مستقل و وابسته استفاده می‌شود. یعنی اینکه آیا اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته از طریق متغیر میانجی، قابل توجه است یا خیر؟

در پژوهش حاضر مدل بدون حضور متغیر میانجی اجرا گردید. مقدار T-VALUE در هر دو مثلث (تحلیل میانجی اول و دوم) برای مسیر مستقیم معنادار است. یعنی متغیر نوآوری مدل کسب و کار برای رابطه بین قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک و عملکرد شرکت با توجه به معناداری مستقیم دارای اثر میانجی‌گر می‌باشند. از طرفی نیز در آزمون سوبل یک مقدار Z-Value از طریق فرمول زیر حاصل می‌شود، که در صورت بیشتر بودن این مقدار از ۱/۹۶ فرض صفر (مبنی بر این که متغیر میانجی نقشی در میان رابطه متغیر مستقل و وابسته ندارد)، در سطح خطای ۰.۰۵ رد شده و تاثیر میانجی در این رابطه معنی‌دار است.

$$z - \text{value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2)}}$$

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

که در فرمول بالا a ضریب رگرسیونی رابطه میان متغیر مستقل و میانجی، b ضریب رگرسیونی رابطه میان متغیر میانجی و وابسته، S_a خطای استاندارد رابطه میان متغیر مستقل و میانجی، S_b خطای استاندارد رابطه میان متغیر میانجی و وابسته می‌باشد. که در ادامه نتایج در جدول ۴ گزارش شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون میانجی‌گری سوبل

Table ۵. Results of Sobel's mediation test

متغیر	مقدار Z-Value
نوآوری مدل کسب و کار (قابلیت یکپارچگی) ← عملکرد	۳.۴۲۶
نوآوری مدل کسب و کار (چابکی استراتژیک) ← عملکرد	۳.۴۵۱

شاخص‌های برازش مدل ساختاری

شاخص‌های برازش مدل کلی معادلات ساختاری پژوهش در ادامه (جدول ۵) گزارش شده است. این شاخص‌ها شامل: ضریب تشخیص، شاخص کلی برازش مدل ساختاری (GOF) و... هستند. یکی دیگر از شاخص‌های نیکویی برازش، شاخص ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد شده (SRMR) می‌باشد، که مقدار مورد قبول این شاخص بین ۰ و ۱ می‌باشد.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

Table 6. Model fit indices

متغیر درون‌زا	R^2	SRMR	GOF
نوآوری مدل	۰/۶۱۶	Estimated Model= ۰/۰۸	$GOF = \sqrt{Communality \times R^2}$ $GOF = 0.692$
کسب و کار		Saturated Model= ۰/۰۸	
عملکرد شرکت	۰/۶۹۷		

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این مطالعه، بررسی رابطه بین قابلیت یکپارچگی، چابکی استراتژیک، نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت می‌باشد. قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک برای شرکت‌های که امروزه در رقابت پذیری نسبت به دیگر شرکت‌ها مواجهه هستند، نقش بسیار فعالی را ایفا می‌کنند. تأیید مدل نشان داد که قابلیت‌های یکپارچگی و چابکی استراتژیک به طور مستقیم و هم از طریق متغیر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر قابل توجهی بر عملکرد شرکت‌های صادراتی دارند. در ادامه گزارش، بحث

پیرامون یافته‌های تحقیق، نتیجه‌گیری مرتبط با آزمون فرضیه‌های پژوهش و همچنین ارائه پیشنهاداتی با توجه به نتایج بدست آمده را به صورت تفصیلی خواهیم داشت:

آزمون فرضیه اول حاکی از آن است که قابلیت یکپارچگی شرکت با شدت اثر $0/420$ و ارزش t با مقدار $5/408$ بر نوآوری مدل کسب و کار تأثیر مثبت و معناداری دارد. در همین راستا، یافته‌های یو و همکاران (۲۰۱۲)، پنگ و همکاران (۲۰۱۹) و کلاوس و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد؛ در محیط پویا، شرکت‌ها از قابلیت یکپارچه سازی برای ایجاد مزیت رقابتی منحصربه فرد از طریق مدل نوآوری در کسب و کار استفاده می‌کند. ترکیبی موثر از قابلیت‌های مختلف می‌تواند انطباق فرآیندهای فعلی کسب و کار با شرایط متغیر فراهم آورد به نحوی که محصولات و خدمات جدید بتوانند توسط مشتریان پذیرفته شوند. شرکت‌های دارای قابلیت‌های یکپارچگی می‌توانند از طریق مدل کسب و کار نوآورانه به عملکرد برتر شرکت دست یابد. قابلیت یکپارچگی موجب شناسایی فرصت‌ها و نوآوری در کسب و کار می‌شود. شناسایی فرصت‌ها موجب طیف وسیعی از ایده‌ها، محصولات و خدمات نوآورانه، فرصت‌های شغلی و سودآوری در شرکت‌ها می‌شود. قابلیت‌های یکپارچگی می‌توانند شرکت‌ها را قادر به ایجاد و جذب ارزش از نوآوری با طراحی مدل‌های کسب و کار مناسب کنند. قابلیت یکپارچگی به عنوان پایه‌ای محکم برای اجرای اصلاحات سازمانی است. در همین حال مدل نوآوری در کسب و کار به عنوان یک فعالیت جامع به حمایت از ساختار سازمانی نیازمند است.

آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد که قابلیت‌های یکپارچگی با شدت اثر $0/399$ و ارزش t با مقدار $5/419$ بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد. براساس یافته‌های تیج (۲۰۱۸) و پورناما (۲۰۲۱)؛ قابلیت یکپارچگی موجب کاهش شدت رقابت، پایین آوردن هزینه‌ها و افزایش تمایز و در ادامه منجر به عملکرد برتر در شرکت‌ها می‌شود. قابلیت‌های یکپارچگی در شرکت‌ها به عنوان فرآیندهای ارزشمند، غیر قابل تقلید و وابسته به مسیر که امکان استقرار منابع و افزایش عملکرد شرکت را فراهم می‌کنند. یکپارچگی شرکت‌ها می‌تواند موقعیت استراتژیک شرکت در یک صنعت را بهبود بخشد. به این دلیل که به شرکت‌ها اجازه دسترسی به بازارها و کانال‌های توزیع مجدد و همچنین عملکرد برتری را نسبت به دیگر رقبا ایجاد می‌کند. در چنین موقعیتی شرکت‌ها با تمرکز بر یکپارچگی می‌توانند هزینه‌های خود را کنترل کنند و از این طریق به حاشیه سود، سیستم تولید/بازاریابی توسعه یافته را بهبود بخشند. قابلیت‌های یکپارچگی همچنین می‌تواند نشان‌دهنده توانایی‌های شرکت برای استفاده و جذب فناوری‌های جدید در فرآیندهای کسب و کار و عملکرد متمایز آن در

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

بازار به عنوان فناوری جدید باشد. مطالعات نشان می دهد که یکپارچگی در شرکت ها منجر به تطبیق ویژگی های فناوری و نیازهای مشتری می شود، عملکرد شرکت ها در بازار را افزایش می دهد.

یافته های موجود در این تحقیق، ارتباط بین متغیر چابکی استراتژیک با نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد شرکت را تایید می کند. نتایج بررسی فرضیه سوم نشان داد که چابکی استراتژیک با شدت اثر ۰/۴۲۰ و آماره t با مقدار ۵/۵۰۴ بر نوآوری مدل کسب و کار تاثیر مثبت و معناداری دارد. همخوانی نتایج مطالعات کلاوس و همکاران (۲۰۱۹) و اویدیجو (۲۰۱۲) نشان می دهد؛ که امروزه چابکی استراتژیک عامل مهمی برای رشد و نوآوری شرکت ها به شمار می رود. و نقش اساسی در اثربخشی، کارایی و بهره وری شرکت ها ایفا می کند. چابکی استراتژیک موجب در دست گرفتن ابتکار عمل در شرکت ها است؛ این ابتکار عمل منجر به استفاده از فرصت ها، ایده ها و نوآوری در کسب و کار می شود. شرکت ها در زمینه نوآوری مدل کسب و کار نیاز به توانایی تغییر فعالانه تری از تغییرات خارجی دارند. چابکی استراتژیک می تواند برای تجدید حیات و حفظ انعطاف پذیری بدون ریسک، کارایی شرکت ها را افزایش دهد. نقش چابکی در شرکت ها موجب استقرار سیستماتیک قابلیت های پویا برای دستیابی به تغییرات مداوم در ساختار محصولات، فرآیند و خدمات شرکت در مدل نوآوری کسب و کار شده است. چابکی استراتژیک، شرکت ها را قادر می سازد تا در حین حفظ شتاب، تغییرات سریعی را ایجاد کنند. در محیط های به سرعت در حال تغییر، زمانبندی یک امر ضروری است.

همچنین بررسی فرضیه چهارم پژوهش نشان داد که چابکی استراتژیک با شدت اثر ۰/۲۳۹ و آماره t با مقدار ۳/۶۹۳ تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت را دارا می باشد. این نتیجه با یافته های کالارچیچ و همکاران (۲۰۲۱) و اویدیجو (۲۰۱۲) همراستا می باشد. چابکی استراتژیک و به تبع آن عملکرد برتر شرکت موجب افزایش اثربخشی فرهنگ سازمانی، ویژگی های نیروی انسانی، ساختار سازمانی و استقرار و جابجایی قابلیت های سازمانی مناسب می شود. چابکی استراتژیک قابلیت ارائه محصولات و خدمات براساس ویژگی های خاص هر مشتری، نیازها و خواسته ها است که بصورت فرآیندی عملکرد برتر شرکت را در زمینه های مربوطه نشان می دهد. شرکت ها با استفاده از چابکی استراتژیک می تواند فرهنگ خود را با تغییر بازار تطبیق دهند، در مورد تغییر بازار به سرعت اطلاعات کسب کند، از این تغییرات خارجی بهره مند شود، و مطابق با تغییرات خارجی، محصول یا خدمات شرکت را شکل دهد. همچنین؛ کیفیت موجودی فعالیت های رقابتی یک سازمان و پاسخ های مربوط به نوسانات محیطی را ارتقا دهد و از این رو می تواند عملکرد را افزایش دهد.

آزمون فرضیه پنجم نشان می‌دهد که نوآوری مدل کسب و کار با شدت اثر ۰/۲۷۹ و ارزش t با مقدار ۴/۴۳۰ بر عملکرد تاثیر مثبت و معناداری دارد. این نتیجه با یافته‌های دوراچ (۲۰۰۵) و هلفت و رابیت شک (۲۰۱۸) هم‌راستا می‌باشد؛ نوآوری مدل کسب و کار شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا ایده‌ها، منابع و محصولات را به روش‌های استراتژیک، عملیاتی و اقتصادی، تجاری کنند. نوآوری مدل کسب و کار موجب توسعه محصولات و خدمات و نیازهای جدید بازار و در نهایت عملکرد برتر شرکت نسبت به رقبا می‌شود. همچنین نوآوری در جذب ارزش به شرکت‌ها کمک می‌کند تا علاوه بر درآمد موجود، به جریان‌های درآمدی جدید دست یابد و چشم‌انداز بازدهی آینده را افزایش دهد. توان نوآوری مدل کسب و کار به عنوان سلاح رقابتی شناخته می‌شود؛ که همزمان هم می‌تواند خلق ارزش کند و هم آن را از بین ببرد. کسب و کارهای امروزی باید با اینکه تلاش‌های رقبا برای تقلید و کپی برداری را دفع کند، قادر به نوآوری هم باشند. به عبارت دیگر، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا به دلخواه محل بازارشان را مجدداً تعریف کنند و یا به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که به مزیت رقابتی و عملکرد برتر دست یابند.

فرضیه ششم پژوهش به بررسی نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار بین قابلیت یکپارچگی و عملکرد شرکت می‌پردازد. بررسی معناداری متغیر میانجی حاکی از آن است که نوآوری مدل کسب و کار برای رابطه بین قابلیت یکپارچگی و عملکرد شرکت با توجه به مقدار آماره Z (۳/۴۲۶) دارای اثر میانجی‌گر می‌باشند. براساس یافته‌های ویلت (۲۰۰۹) و هنگ و همکاران (۲۰۱۳)؛ در محیط‌های پویا، شرکت باید از قابلیت یکپارچگی برای ایجاد مزیت رقابتی منحصر به فرد از طریق مدل نوآوری در کسب و کار بپردازد. ترکیبی اثربخش و کارا از قابلیت‌های مختلف فرآیندهای فعلی کسب و کار منجر به پذیرش محصولات و خدمات جدید توسط مشتریان می‌شود. قابلیت یکپارچگی نقش مهمی برای اجرای اصلاحات سازمانی ایفا می‌کند، طراحی مجدد نحوه عملکرد، ساختار و ایجاد ارزش مستلزم اصلاحات سازمانی موثر است. بنابراین قابلیت یکپارچگی می‌تواند مدل نوآوری کسب و کار را افزایش داده و عملکرد شرکت را براساس آن بهبود بخشد. نوآوری مدل کسب و کار در مقایسه با نوآوری محصول و فرآیند با حمایت از قابلیت یکپارچگی در شرکت می‌تواند ارزش بیشتری برای مشتریان ایجاد کند. شناسایی فرصت‌های بازار و ارضا نیازهای مشتریان پایه ایجاد ارزش و جذب ارزش است. در همین حال، قابلیت یکپارچگی در شرکت‌ها و همکاری با شرکا می‌تواند جذب منابع کافی برای نوآوری مدل کسب و کار فراهم کند تا شرکت بتواند محصولات و خدمات خود را برای ارضا نیازهای مشتریان از طریق ساختاردهی مجدد و هماهنگی منابع داخلی و خارجی ایجاد می‌کند.

بررسی تأثیر قابلیت یکپارچگی و چابکی استراتژیک بر عملکرد شرکت .../رخیده و شاهرخ بیگی

فرضیه هفتم پژوهش به بررسی نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار بین عملکرد شرکت و چابکی استراتژیک می‌پردازد. در این خصوص نتایج بررسی آزمون سوبل با مقدار $3/451$ نشان داد که نوآوری مدل کسب و کار برای رابطه بین چابکی استراتژیک و عملکرد شرکت دارای اثر میانجی گر می‌باشد. براساس یافته‌های کاستالی ولوی (۲۰۱۳)، آرکودار (۲۰۲۰) و کلاوس و همکاران (۲۰۲۰)؛ نقش نوآوری مدل کسب و کار به عنوان اقدامات استراتژیک واسطه‌ای، چابکی استراتژیک و عملکرد شرکت را به هم متصل می‌کند؛ زیرا به شرکت اجازه می‌دهد با استفاده از هوش بازار، تجزیه و تحلیل تغییرات بازار و اقدامات استراتژیک عینی از پیشرفت‌های جدید بازار برای ارضا نیازهای مشتریان و کسب مزیت رقابتی، موجب افزایش عملکرد برتر شرکت شود. نوآوری مدل کسب و کار به ایجاد و جذب ارزش شرکت‌ها کمک می‌کند تا تغییرات بازار را با توجه فناوری جدید و قابلیت‌های جدید شناسایی می‌شود. جذب ارزش در نوآوری مدل کسب و کار به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا با ایجاد مدل‌های تامین مالی جدید و ساختار هزینه‌های اصلاح شده، به تغییرات بازار واکنش نشان دهد.

علیرغم مبانی نظری پیشین، این مطالعه هنوز محدودیت‌هایی دارد که باید در تحقیقات آینده مورد توجه قرار گیرد. اول؛ داده‌های مقطعی، ارزیابی فرآیند مدل نوآوری کسب و کار را غیر ممکن می‌سازد. بنابراین، دستیابی به درک جامع تری در آینده، باید مطالعه طولی انجام شود تا تفسیر علی از یافته‌های تجربی را نیز ارائه دهد. دوم؛ از یک متغیر میانجی دیگر می‌توانیم برای آزمون رابطه بین یکپارچگی و عملکرد شرکت استفاده کنیم. ممکن است هنوز عوامل دیگری وجود داشته باشد که این دو سازه را به هم پیوند می‌دهد، مانند نوآوری باز، که یک گرایش جدید در تحقیقات اخیر است. این عوامل دیگر باید بررسی شود. سوم، چابکی استراتژیک باید بصورت تجربی به عنوان پیشینه/زمینه ساز و پیامد/نتیجه نوآوری مدل کسب و کار به نمایش درآید، آنگاه رابطه بین چابکی استراتژیک و نوآوری مدل کسب و کار ماهیت پویایی خواهد داشت، یافته مهمی در پیشرفت درک ما از چابکی استراتژیک و مدل نوآوری کسب و کار خواهد بود.

منابع

- 1) Al-Romeedy, B. (2019). Strategic agility as a competitive advantage in airlines: Case study: Egypt Air. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.21608/jfth.2019.45538>
- 2) Andersen, T. C. K. (2020). Investigating strategic agility and business model innovation practices in the digital transformation context (Doctoral dissertation, Aarhus University). Aarhus University Digital Repository. https://btech.au.dk/fileadmin/AU_Herning/Pdf/Ph.d.-
- 3) Appelbaum, S. H., Calla, R., Desautels, D., & Hasan, L. (2017). The challenges of organizational agility (part 1). *Industrial and Commercial Training*. <https://doi.org/10.1108/ICT-05-2016-0027>
- 4) Appelbaum, S. H., Calla, R., Desautels, D., & Hasan, L. (2017). The challenges of organizational agility (part 1). *Industrial and Commercial Training*. DOI: 10.1108/ICT-05-2016-0027
- 5) Arbussa, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P. (2017). Strategic agility-driven business model renewal: The case of an SME. *Management Decision*, 55(2), 271–293. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2016-0355>
- 6) Arbussa, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P. (2017). Strategic agility-driven business model renewal: The case of an SME. *Management Decision*. DOI: 10.1108/MD-05-2016-0355
- 7) Arokodare, M. A., Asikhia, O. U., & Makinde, G. O. (2019). Strategic agility and firm performance: The moderating role of organisational culture. *Business Management Dynamics*, 9(3), 1–12. DOI: 10.1108/ICT-05-2016-0027
- 8) Asadi, A., Qara Daghi, R., & Asghari, S. Y. (2017). The effect of export market orientation on export performance in Bushehr special economic zone. In *Proceedings of the Fourth National Conference on Economics, Management, and Iranian-Islamic Culture*. [In Persian]
- 9) Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. doi.org/10.1007/s10843-019-00254-3
- 10) Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. DOI: 10.1007/s10843-019-00254-3
- 11) Bocken, N. M., & Geradts, T. H. (2020). Barriers and drivers to sustainable business model innovation: Organization design and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 53(4), 101950. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.101950>

- 12) Bocken, N. M., & Geradts, T. H. (2020). Barriers and drivers to sustainable business model innovation: Organization design and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 53(4), 101950. DOI: 10.1016/j.lrp.2019.101950
- 13) Ciulli, F., & Kolk, A. (2019). Incumbents and business model innovation for the sharing economy: Implications for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 214, 995–1010. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.290>
- 14) Ciulli, F., & Kolk, A. (2019). Incumbents and business model innovation for the sharing economy: Implications for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 214, 995–1010. DOI: 10.1016/j.jclepro.2018.12.295
- 15) Clauss, T., Abebe, M., Tangpong, C., & Hock, M. (2019). Strategic agility, business model innovation, and firm performance: An empirical investigation. *IEEE Transactions on Engineering Management*. DOI: 10.1109/TEM.2019.2910381
- 16) Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*. DOI:10.1108/13673270510602809
- 17) Debellis, F., De Massis, A., Petruzzelli, A. M., Frattini, F., & Del Giudice, M. (2020). Strategic agility and international joint ventures: The willingness–ability paradox of family firms. *Journal of International Management*, 26(4), 100739. DOI:10.1016/j.intman.2020.100739
- 18) Djaja, I., & Arief, M. (2015). The impact of dynamic information technology capability and strategic agility on business model innovation and firm performance on ICT firms. *Advanced Science Letters*, 21(5), 1225–1229. DOI: 10.1166/asl.2015.6164
- 19) Drobyazko, S., Potyshniak, O., Radionova, N., Paranytsia, S., & Nehoda, Y. (2019). Security of organizational changes via operational integration: Ensuring methodology. *Journal of Security and Sustainability Issues*. DOI: 10.9770/jssi.2019.9.2(4)
- 20) Grant, R. M. (2017). *Strategic management: A contemporary approach* (A. Khalili Nasr, Trans.). Tehran, Iran: Ariana Publishing. [In Persian]
- 21) Lee, J., Suh, T., Roy, D., & Baucus, M. (2019). Emerging technology and business model innovation. *Journal of Open Innovation*, 5(3), 44. <https://doi.org/10.3390/joitmc5030044>
- 22) Lindgardt, Z., Reeves, M., Stalk, G., & Deimler, M. S. (2009). Business model innovation: When the game gets tough, change the game. The Boston Consulting Group, Boston, MA. DOI:10.1002/9781119204084.ch40
- 23) Liu, Y., Zhang, Y., Ren, S., Yang, M., Wang, Y., & Huisingh, D. (2020). How can smart technologies contribute to sustainable product lifecycle management?

- Journal of Cleaner Production, 249, 119423.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119423>
- 24) Luo, W. (2018). Evaluating tourist destination performance: Expanding the sustainability concept. Sustainability, 10(2), 516.
<https://doi.org/10.3390/su10020516>
- 25) Massa, L., & Tucci, C. L. (2013). Business model innovation. In The Oxford Handbook of Innovation Management (pp. 420–441).
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.296>
- 26) Moeen, M. (2017). Entry into nascent industries: Disentangling a firm's capability portfolio at the time of investment versus market entry. Strategic Management Journal, 38(10), 1986–2004. DOI: 10.1002/smj.2642
- 27) Mosleh, A., Bahrini Zadeh, M., & Karimi Ghaforkhi, S. (2016). The impact of strategic orientation dimensions on export performance of exporting companies in Bushehr Province. Modern Marketing Research, 125–139. [In Persian]
- 28) Ngo, L. V., & O'Cass, A. (2012). In search of innovation and customer-related performance superiority: The role of market orientation. Journal of Product Innovation Management, 29(5), 861–877. 10.1111/j.1540-5885.2012.00939.x
- 29) Ofoegbu, O. E., & Akanbi, P. A. (2012). The influence of strategic agility on the perceived performance of manufacturing firms in Nigeria. International Business & Economics Research Journal, 11(2), 153–160. DOI:10.19030/iber.v11i2.6769
- 30) Okotoh, A. (2015). Influence of organizational agility on operational performance of Trademark East Africa (Doctoral dissertation, University of Nairobi).
- 31) Olayinka, E., Emoarehi, E., Jonah, A., & Ame, J. (2017). Enterprise risk management and financial performance: Evidence from emerging market. International Journal of Management, 4(9), 937–952. DOI: 20.1001.1.23832126.2017.4.9.4.1
- 32) Oyedijo, A. (2012). Strategic agility and competitive performance in the Nigerian telecommunication industry: An empirical investigation. American International Journal of Contemporary Research, 2(3), 227–237.
- 33) Pang, C., Wang, Q., Li, Y., & Duan, G. (2019). Integrative capability, business model innovation and performance. European Journal of Innovation Management. DOI: 10.1108/EJIM-09-2018-0208
- 34) Pieroni, M. P., McAlloone, T. C., & Pigosso, D. C. (2019). Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches. Journal of Cleaner Production, 215, 198–216.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.036>

- 35) Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation. *The Bottom Line*. DOI: 10.1108/BL-10-2018-0045
- 36) Purnama, R. (2021). Analysis of the effect of dynamic capability, knowledge management on employee performance. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 22(3), 21–29. <https://doi.org/10.32424/1.JAME.2020.22.3.3026>
- 37) Qin, J., Liu, Y., & Grosvenor, R. (2016). A categorical framework of manufacturing for Industry 4.0 and beyond. *Procedia CIRP*, 52, 173–178. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.08.005>
- 38) Qu, X., & Liu, X. (2017). Informational faultlines, integrative capability, and team creativity. *Group & Organization Management*, 42(6), 767–791. DOI: 10.1177/1059601117716008
- 39) Salazar, M. R., Widmer, K., Doiron, K., & Lant, T. K. (2019). Leader integrative capabilities: A catalyst for effective interdisciplinary teams. In *Strategies for Team Science Success* (pp. 313–328). Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-20992-6_24
- 40) Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2019). The central role of knowledge integration capability in service innovation-based competitive strategy. *Industrial Marketing Management*, 76, 144–156. DOI: 10.1016/j.indmarman.2018.07.004
- 41) Swafford, P. M., Ghosh, S., & Murthy, N. N. (2006). A framework for assessing value chain agility. *International Journal of Operations & Production Management*. DOI: 10.1108/01443570610641639
- 42) Tarba, S. Y., Frynas, J. G., Liu, Y., Wood, G., Sarala, R. M., & Fainshmidt, S. (2019). Strategic agility in emerging and transitional markets. doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101411
- 43) Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. [Doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007](https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007)
- 44) Velikorossov, V. V., Genkin, E. V., Balakhanova, D. K., Sidorov, M. N., Maksimov, M. I., Sulimova, E. A., & Loshkov, B. D. (2020). Strategic management. DOI:10.1051/shsconf/20196504005
- 45) Velu, C. (2017). A systems perspective on business model evolution: The case of an agricultural information service provider in India. *Long Range Planning*, 50(5), 603–620. DOI:10.1016/j.lrp.2016.10.003
- 46) Vishvaksenan, A., & Selvi, S. (2017). Recent Trends in Robotics and Computer Integrated Manufacturing: An Overview. *International Journal of*

- Research in Mechanical, Mechatronics and Automobile Engineering (IJRMMAE), 2(4).
- 47) Voynarenko, M., Dumanska, K., & Ponomaryova, N. (2019). Formation of company's economic activity context in the strategic positioning process in emergent environment conditions. DOI: 10.1051/shsconf/20196504005
- 48) Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31–51. DOI: 10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x
- 49) Weigelt, C. (2009). The impact of outsourcing new technologies on integrative capabilities and performance. *Strategic Management Journal*, 30(6), 595–616. DOI: 10.1002/smj.760
- 50) Woiceshyn, J., & Daellenbach, U. (2005). Integrative capability and technology adoption: Evidence from oil firms. *Industrial and Corporate Change*, 14(2), 307–342. DOI:10.1093/icc/dth053
- 51) Yeşil, S., & Doğan, I. F. (2019). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation. *Innovation*, 21(4), 506–532. DOI:10.1080/14479338.2019.1585187
- 52) Yu, J. (2012). Dimensions of firm integrative capability from the perspective of systems engineering. *Systems Engineering Procedia*, 4, 393–401. DOI: 10.1016/j.sepro.2012.01.002
- 53) Zott, C., & Amit, R. (2008). The fit between product market strategy and business model: Implications for firm performance. *Strategic Management Journal*, 29(1), 1–26. DOI:10.1002/smj.642

1. Hock-Doepgen & et al.
2. Velikorossov et al.
3. Khourouh et al.
4. Liu et al
5. Zott & et al.
6. Clauss & et al.
7. Pang et al
8. Drobyazko et al.
9. Voynarenko et al.
10. Keiningham et al
11. Business Model Innovation
12. Pieroni et al.
13. Pang et al.
14. Jiang et al
15. Bocken et al
16. Arokodare & Asikhia
17. Kohtamäki et al.
18. Moeen
19. Woiceshyn & Daellenbach
20. Salazar et al.
21. Vishvaksenan & Selvi.
22. Qin et al.
23. Qu & Liu
24. Teece.
25. Yu.
26. Salunke et al.
27. Ngo & O'Cass
28. Yeşil & Doğan
29. Velu
30. Wang & Ahmed
31. Lindgardt et al
32. Massa & Tucci
33. Strategic agility
34. Debellis et al
35. Gerald et al

36. Khoshnood & Nematizadeh
37. Ofoegbu & Akanbi
38. Arbussa et al.
39. Shams et al
40. Tarba et al
41. Djaja & Arief
42. Esazadeh et al
43. Arokodare et al
44. Appelbaum et al
45. Okotoh
46. Junanto
47. Gutierrez-Perez
48. Luo
49. Swafford et al.
50. Kale et al
51. Olayinka et al
52. Pratono et al
53. Lee et al
54. Ferraris et al
55. Ciulli & Kolk
56. Asemokha et al
57. Average Variance Extracted
58. Composite Reliability
59. Sobel.M

Investigating the effect of integration capability and strategic agility on company performance with the mediating role of business model innovation

Mohammad Reza Rokhideh¹

Shahrokh Beigi²

Receipt: 16/06/2025

Acceptance: 30/08/2025

Abstract

Objective: Today, fundamental and transformative changes in the business environment have presented companies with challenges in maintaining superior performance in the long term. Therefore, strategic management research has paid increasing attention to how to improve company performance in a dynamic environment. In this regard, the present study examines the impact of strategic integration and agility on company performance with the mediating role of company business model innovation. **Method:** The present study is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of data collection method, because it describes the variables in the studied statistical sample. The statistical population of the study is the export companies of Bushehr province. G-Power software version 1.3 was used to determine the sample size, Smart PLS software was used to analyze the data, and standard questionnaires were used to collect the data. **Findings:** The statistical results of the study showed that the variables of integration capability and strategic agility have a positive effect on business model innovation and company performance. Also, business model innovation, with a positive effect on company performance, mediates the relationship between the two independent variables of the study and the dependent variable. **Conclusion:** In a dynamic environment, companies use integration capabilities to create a unique competitive advantage through business innovation models. An effective combination of different capabilities can provide adaptation of current business processes to changing conditions so that new products and services can be accepted by customers. It also brings strategic agility, future-ready company and strong forecasts to become a top performer in the industry, achieve higher profitability and achieve market investment growth.

Keywords

Strategic agility, integrability, firm performance, export companies, business model innovation

1-Department of Business Policy, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Guilan, Iran. (Corresponding Author). m.reza.rokhideh70@gmail.com

2-Department of Business Policy, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Guilan, Iran. shahrokh_beigi@yahoo.com

Extended Abstract

Objective: In today's rapidly evolving and highly competitive business landscape, organizations face profound and transformative changes that pose considerable challenges to maintaining sustainable superior performance over time. As a result, strategic management research has increasingly emphasized understanding the mechanisms through which firms can achieve resilience, adaptability, and enhanced performance in dynamic and uncertain environments. Within this context, the present study aims to investigate the impact of strategic integration and organizational agility on firm performance, with a particular focus on the mediating role of business model innovation as a mechanism through which these capabilities translate into tangible performance outcomes.

Methodology: This research adopts an applied approach in terms of purpose, while employing a descriptive-survey design for data collection, which allows for systematic measurement and analysis of key variables within the target population. The study population consists of export-oriented companies located in Bushehr Province. The sample size was calculated using G-Power software version 1.3 to ensure adequate statistical power. Data collection was conducted using standardized and validated questionnaires, and the collected data were subsequently analyzed using Smart PLS software to assess structural relationships among the variables. This methodological framework provides a robust and empirically grounded approach to understanding the interplay between strategic capabilities, business model innovation, and firm performance.

Findings: The empirical results demonstrate that both integration capability and strategic agility exert significant and positive effects on business model innovation, which in turn positively influences overall firm performance. In addition, business model innovation functions as a significant mediator, facilitating the translation of the effects of strategic integration and organizational agility into enhanced performance outcomes. These findings highlight that firms with superior integration capabilities and agility are better positioned to develop innovative business models that allow for greater responsiveness and alignment with evolving market demands.

Conclusion: In dynamic and turbulent business environments, firms leverage integration capabilities to create distinctive competitive advantages through innovative business models. The effective combination of diverse organizational capabilities enables firms to adapt existing processes, introduce novel products and services, and meet evolving customer expectations. Moreover, this strategic alignment fosters organizational agility, enhances future readiness, strengthens forecasting and planning capabilities, and ultimately positions firms to achieve superior industry performance, higher profitability, and sustained growth in market share and investment. The study underscores the critical importance of integrating strategic agility with business model innovation to navigate uncertainty, drive sustainable competitive advantage, and maintain long-term organizational resilience.

Keywords: Strategic agility, integrability, firm performance, export companies, business model innovation