

بررسی تأثیر نقش حمایت مدیریت ارشد و توانایی‌های سازمانی در دستیابی به تجارت الکترونیکی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکتهای مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری تهران)

هدیه بزرگپور مطلق

فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش تولید، دانشگاه علوم تحقیقات تهران (البرز)، کرج، ایران.

چکیده

امروزه، دنیای تجارت به‌طور مداوم در حال تغییر است و هرروز فناوری اطلاعاتی نوآورانه افزایش می‌یابد که می‌تواند توانایی‌های هر شرکت را افزایش دهد. این توسعه سریع فناوری، سازمان‌ها را مجبور و قادر به ابداع مجدد خود و ایجاد مزایای استراتژیک جدید کرده است. لذا هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر نقش حمایت مدیریت ارشد و توانایی‌های سازمانی در دستیابی به تجارت الکترونیکی کارآفرینانه است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش پژوهش، پیمایشی-همبستگی است. این پژوهش در شرکتهای مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری تهران صورت گرفته و به‌طور هدفمند شامل ۱۰ شرکت کوچک و ۱۰ شرکت متوسط می‌باشند. به‌طور متوسط در هر شرکت کوچک ۶ مدیر و در هر شرکت متوسط ۱۲ مدیر حضور دارند، لذا نمونه تحقیق ۱۸۰ مدیر در نظر گرفته شد. بدین منظور با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۰۰ پرسشنامه توزیع و ۱۸۰ پرسشنامه قابل‌قبول جهت تجزیه و تحلیل انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه‌های استاندارد می‌باشد. به‌منظور تحلیل داده‌های پژوهش نیز از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار آموس استفاده شد. با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، نشان داده شد که حمایت مدیریت ارشد بر توانایی‌های سازمان و تجارت الکترونیکی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین تأثیر مثبت و معنی‌دار توانایی‌های سازمان بر تجارت الکترونیکی کارآفرینانه مورد تأیید قرار گرفته و مدل، برازندگی قابل‌قبولی دارد.

واژه‌های کلیدی: حمایت مدیریت ارشد، توانایی‌های سازمان، تجارت الکترونیکی کارآفرینانه

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۵۰۶-۴۹۵