

بررسی میزان تاثیر استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجیگری مدیریت منابع انسانی حمایتی و ظرفیت نوآوری کارکنان شهرداری بندرعباس

صدیقه مظفری^۱

رشته مدیریت بازرگانی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آزاد، قشم، ایران.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۷/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۲۹

Investigating the effect of customer-oriented strategies on the organization's financial performance with the mediating role of supportive human resource management and innovation capacity of Bandar Abbas Municipality employees

Sedigheh Mozafari¹

¹Department of Business Management, Strategic Orientation, Azad University, Qeshm, Iran

Abstract:

This study was conducted with the aim of investigating the impact of customer-oriented strategies on the organization's financial performance with the mediating role of supportive human resource management and innovation capacity of Bandar Abbas municipality employees. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of the nature and form of implementation. The statistical population of this research includes Bandar Abbas municipality employees, from which a sample of 86 people was selected using Morgan's table. In this study, standard questionnaires were used to collect information to test hypotheses. Structural equation modeling technique and Smart PIs software have been used to test the hypotheses. The results of this analysis showed that customer-oriented strategies have a significant effect on financial performance. Customer-oriented strategies have a significant effect on the management of supportive human resources. Customer-oriented strategies have a significant effect on the innovation capacity of employees. Supportive human resource management has an impact on the organization's financial performance. Innovation capacity has a significant impact on the organization's financial performance.

Keywords customer-oriented strategies, financial performance, supportive human resource management, innovation capacity

چکیده:

این مطالعه با هدف بررسی میزان تاثیر استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجیگری مدیریت منابع انسانی حمایتی و ظرفیت نوآوری کارکنان شهرداری بندرعباس انجام شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و شکل اجرا، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کارکنان شهرداری بندرعباس می‌باشد، که از این میان، نمونه‌ای متشکل از ۸۶ نفر با استفاده از جدول مورگان انتخاب شده است. در این مطالعه برای جمع‌آوری اطلاعات جهت آزمون فرضیات از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. جهت آزمون فرضیات از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart PIs استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحلیل نشان داد که استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد. استراتژی‌های مشتری مداری بر مدیریت منابع انسانی حمایتی تاثیر معناداری دارد. استراتژی‌های مشتری مداری بر ظرفیت نوآوری کارکنان تاثیر معناداری دارد. مدیریت منابع انسانی حمایتی بر عملکرد مالی سازمان تاثیر دارد. ظرفیت نوآوری بر عملکرد مالی سازمان تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی: استراتژی‌های مشتری مداری، عملکرد مالی، مدیریت منابع انسانی حمایتی، ظرفیت نوآوری

¹ . (Responsible author: Sedigheh.MO@gmail.com)

شده را در بازه‌های زمانی بلندمدت را انتظار داشت(نیک منش و همکاران، ۱۳۹۸). حال صرفاً یک مدیریت منابع انسانی کافی نمی‌باشد، لذا باید حمایت مدیریت منابع انسانی عیان شود و شکل اجرایی به خود گیرد. در نتیجه می‌توان این‌گونه اذعان داشت که از دیدگاه بسیاری از دانشمندان و خبرگان مدیریت منابع انسانی یکی از کلیدی‌ترین عناصر سازمان است که مدیریت و برنامه‌ریزی درست آن در موفقیت و عملکرد مالی مناسب سازمان نقش بسزایی دارد (روشندل اربطانی و شیروانی ناغانی، ۱۳۹۴). سازمان‌های در عرصه تجارت موفق خواهند بود که بتوانند رضایت مشتریان خود را تامین کنند و در تلاش باشند که این منبع مهم دارایی سازمانی را حفظ کنند(مژدکانلو و همکاران، ۱۴۰۱).

از آنجا که یکی از مهم‌ترین مسائل مالی شرکت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد آن‌ها می‌باشد اندازه‌گیری عملکرد مالی شرکت‌ها از آن جا که پایه بسیاری از تصمیمات از تصمیم‌گیری در داخل و خارج از شرکت می‌باشد، دارای اهمیت است. تصمیم‌گیری مربوط به سرمایه گذاری‌ها، افزایش سرمایه شرکت‌ها، رابطه نمایندگی و بسیاری از تصمیمات دیگر، همگی مبتنی بر اندازه‌گیری عملکرد است(شفیعی پور و همکاران، ۱۳۹۹). اما دستیابی به این هدف به تنهایی جهت حفظ سازمان‌های امروزی کافی نیست زیرا به نقل از محمدی وجود تغییرات سریع در محیط و کوتاه‌تر شدن چرخه عمر محصولات و افزایش رقابت باعث شده است که سازمان‌ها برای ماندگاری در محیط به دنبال راه‌حل‌های جدید باشند. در چنین شرایطی توجه به نقش حمایتی منابع انسانی و استراتژی‌های مشتری محور به آن‌ها کمک می‌کند تا خود را با تغییرات محیطی انطباق داده و در صحنه رقابت باقی بمانند (محمدی، ۱۳۹۸). در واقع کلمه حمایت جایی کاربرد دارد که ایده‌ها و نظرات و کارآمدی‌ها دیگر تکراری و همیشگی نیست و قرار نیست رویه قبلی دنبال شود. بنابراین، این نو و تازه بودن در قالب ظرفیت‌های نوآوری نمود پیدا می‌کند. ظرفیت نوآوری، نشان‌دهنده توانایی بنگاه در نوآوری دائمی و جلوتر از رقباست(بلو و همکاران، ۲۰۱۶).^۵ در این شرایط، نه تنها شرکت‌های چند ملیتی

۱. مقدمه

در محیط پیچیده امروزی، سازمان‌هایی قادر به بقا هستند که از گردونه رقابت جا نمانند و خود را با شرایط متغیر و پویای بازار رقابتی همگام کنند. در این راستا یکی از مهمترین اهداف تمام‌سازمان‌ها در طول زمان، بهبود مستمر عملکردشان بوده است. برای این مهم و افزایش کارایی و اثربخشی سازمان و اطمینان از ارائه مطلوب کالا و خدمات به مشتریان و کسب رضایت آنان، توانایی ایجاد ارتباط با مشتریان و توسل به استراتژی‌های بازاریابی و قابلیت‌های آن یکی از موضوعات قابل توجه است(مجاور، ۱۴۰۱). استراتژی مشتری مداری از جمله استراتژی‌های بازاریابی، تعریف می‌شود در واقع این سازمان‌ها با هدف هماهنگ کردن تلاش‌های سازمانی خود با مشتریان، نیازهای مشتریان شناسایی و درک کرده و به آن اهمیت می‌دهند(لیائو و سویرامونی، ۲۰۱۸).^۲ جهت رسیدن به این مهم سازمان‌ها همواره نیازمند اطلاعاتی در زمینه انتظارات و خواسته‌های مشتریان خود هستند تا بتوانند این نیازها را به شکلی برتر از رقبای تأمین نمایند(شاه علی و افشار صفوی، ۱۳۹۴). فرآیند جلب رضایتمندی مشتریان، وفادار کردن مشتری، جذب و نگهداری مشتری، شناخت و جذب و حفظ مشتری، جلب اطمینان مشتری، احترام و نگهداری مشتری را به طور کلی مشتری مداری گویند(ترهو و همکاران، ۲۰۱۵).^۳ مدیران واحدهای کسب و کاری که در محیط‌های پرتلاطم فعالیت می‌کنند، با تغییرات سریع در نیازها و ترجیحات مشتریان و تقاضاها و نیازمندی‌های پیش‌بینی نشده آن‌ها روبه‌رو می‌شوند. بنابراین آن‌ها به دلیل وجود نیازها و انتظارات در حال تکامل مشتریان، نیاز به همراه شدن با تغییرات جهانی را بر اساس سلیق و خواسته مشتری احساس می‌کنند (جاورسکی و کوهیل، ۲۰۲۱).^۴ لذا می‌توان گفت که مدیران منابع انسانی به عنوان یکی از الگوهایی که می‌تواند بر روی افزایش بهره‌وری و کارایی سازمان‌ها تأثیر بسزایی بگذارد نقش مهمی در سازمان دارند، اگر در منابع انسانی هر سازمانی انعطاف پذیری وجود داشته باشد، به همان نسبت می‌توان انتظار، افزایش کیفیت خدمات ارائه

⁴ Javoros ki & et al

⁵ Bello

² Lai-Yn

³ Terho

گردآوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان شرکت رادیاتور ایران به تعداد ۳۵۰ نفر است نتایج نشان داد که قابلیت مدیریت منابع انسانی و قابلیت نوآوری هر دو در روابط بین مشتری مداری و عملکرد مالی شرکت رادیاتور ایران نقش میانجی تاثیرگذار دارند.

جاهد و همکاران (۱۴۰۰) بیان کرده‌اند که هدف از تحقیق "بررسی تأثیر مشتری مداری بر عملکرد شرکت‌های تولیدی با تأکید بر خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های تولیدی شهرک صنعتی شهرستان رشت" می‌باشد. در نهایت با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گرفتند که تمامی فرضیه‌ها مورد تأیید قرار گرفتند. به عبارتی می‌توان گفت مشتری مداری بر عملکرد شرکت‌های تولیدی شهرک صنعتی شهرستان رشت تأثیر مثبت و مستقیم دارد. همچنین نتایج مشتری مداری از طریق خلاقیت و نوآوری بر عملکرد شرکت‌های تولیدی شهرک صنعتی شهرستان رشت تأثیر مثبت و غیرمستقیم دارد.

رنجبری و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد مالی شرکت‌ها پرداخته‌اند و بیان کرده‌اند که با عنایت به مؤلفه‌های موفقیت و پیشرفت برای سازمان‌ها و شرکت‌ها، توجه خاص بر وظایف مدیریت استراتژیک منابع انسانی تأثیر به سزایی خواهد داشت کما اینکه کنترل تمام منابع از جمیع جهات مزیت رقابتی را نصیب سازمان خواهد نمود. هدف پژوهش فوق، بررسی رابطه‌ی مدیریت استراتژیک منابع انسانی و عملکرد مالی شرکت است که ما نیز در این پژوهش در بستر یک مطالعه کتابخانه‌ای بر آنیم تا رابطه‌ی مدیریت استراتژیک منابع انسانی را با عملکرد مالی شرکت‌ها مورد واکاوی و بررسی قرار دهیم.

۲.۲ پیشینه خارجی

لی یین چی و همکاران^۸ (۲۰۲۱) بیان کرده‌اند که هدف تحقیق ما بررسی نقش واسطه‌ای نوآوری محصول و فرآیند در پیوند استراتژی جستجوی خارجی و عملکرد مالی شرکت‌ها در صنایع فرآیندی است و تأثیر منابع دانش

بزرگ، بلکه شرکت‌های کوچک و متوسط و افراد می‌تواند از گسترش این جریان جهانی و فرصت‌ها برای ظهور یک اقتصاد خلاق استفاده کنند (آدی واسکولوسا و همکاران، ۲۰۱۹). قابلیت نوآوری در واقع یکی از مهم‌ترین پویایی‌هایی است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد که به سطح بالایی از مزیت‌های رقابت در سطح ملی، بین المللی، ایجاد فرصت‌های دسترسی به بازارهای جدید و یک متغیر اصلی در افزایش عملکرد سازمانی دست یابند (اهان و ژانگ، ۲۰۲۱) حال با توجه به اهمیت نقش شهرداری می‌توان بیان کرد که هر فعالیت اجتماعی و هر کار گروهی برای رسیدن به اهداف خود نیاز به یک مدیریت سازمان یافته دارد که بتواند تمام اجزای فعالیت را هماهنگ کند و به آن‌ها یک نظم منسجم بدهد. در غیر این صورت رسیدن به اهداف به تأخیر می‌افتد و بی‌نظمی بر فعالیت جامعه حاکم می‌شود. حال شهر نیز خود که پیچیده‌ترین و متنوع‌ترین جلوه‌های زندگی بشری است، نیاز به یک برنامه‌ریزی منسجم برای مقابله با مسائل و مشکلات را دارد. این برنامه‌های تعیین شده نیازمند یک مدیریت سازمان یافته است. که بتواند برنامه‌ریزی برای آینده و اداره کنونی شهر را کند، به نام استراتژی مدیریت منابع انسانی تلقی می‌شود (یزدان پناه عبدالملکی، انیس، ۱۳۹۲) امروزه شهر بندرعباس به دلیل دستخوش بودن تغییرات چشمگیر، توانسته است نظرات افراد کارشناس و غیر کارشناس را به دلیل نوع شهرسازی جلب کند و آن را تحسین کنند؛ که این مهم در جنبه مالی و درآمدی آن بسیار روشن به نظر می‌رسد. حال با توجه به موفقیت عملکرد مالی شهرداری بندرعباس و وجود این ادعاها و همچنین با توجه به موضوع پژوهش حاضر، سؤال به وجود می‌آید که تأثیر استراتژی‌های مشتری‌مداری بر عملکرد مالی سازمان شهرداری بندرعباس با توجه به نقش‌های میانجی مدیریت منابع انسانی حمایتی و ظرفیت نوآوری چگونه می‌باشد؟

۲. پیشینه پژوهش

۱.۲. پیشینه داخلی

اصغری صارم و همکاران (۱۴۰۱) بیان کرده‌اند که این تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش

⁸ Lee yan chi

⁶ Edoardo

⁷ Ahan & Jang

می‌گذارند و چگونه این روابط زمانی متفاوت هستند که مکانیسم‌های صدا در ترکیب با دیگر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی اتخاذ می‌شوند (به عنوان مثال حقوق متغیر، آموزش، ارزیابی عملکرد و انجام چند کار). تجزیه و تحلیل نمونه‌ای از ۲۲۳ شرکت تولیدی ایتالیایی منطبق با یک پایگاه داده خارجی (aida) حاوی اطلاعات ورقه تعادل دریافت که صدای اتحادیه ارتباط مثبتی با بهره‌وری نیروی کار دارد، در حالی که صدای تیمی هیچ رابطه معناداری با بهره‌وری نیروی کار نشان نمی‌دهد. علاوه بر این، هم اتحادیه و هم صدای تیمی اثرات اعتدال مهمی را در رابطه با عملکرد مدیریت منابع انسانی دارند.

۳. فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

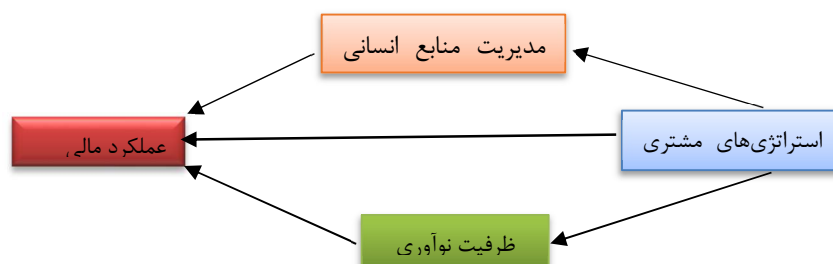
استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجی‌گری مدیریت منابع انسانی حمایتی و ظرفیت نوآوری تأثیر دارد

فرضیه فرعی

۱. استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی تأثیر دارد.
۲. استراتژی‌های مشتری مداری بر مدیریت منابع انسانی حمایتی تأثیر دارد.
۳. استراتژی‌های مشتری مداری بر ظرفیت نوآوری کارکنان تأثیر دارد.
۴. مدیریت منابع انسانی حمایتی بر عملکرد مالی سازمان تأثیر دارد.
۵. ظرفیت نوآوری بر عملکرد مالی سازمان تأثیر دارد.

عمومی و خصوصی بر عملکرد مالی شرکت‌ها است. با مطالعه ۱۰۲ شرکت سنگاپوری در صنایع فرایندی و ۱۵۸ شرکت در صنایع تولیدی دیگر، نتایج سطح شرکت ما همه فرضیه‌ها را تأیید کرد. نتایج پژوهش نشان داده است که، ما به طور تجربی رابطه عمیق عملکرد مثبت عملکرد عمیق مالی را در شرکت‌های فرایندی برقرار می‌کنیم اما در سایر شرکت‌های تولیدی ما متوجه شدیم که رابطه با واسطه فرآیندهای نوآوری محصول و فرآیند ایجاد می‌شود. مونتو و همکاران^۹ (۲۰۲۱) در این مقاله، ما روابط بین تلاش‌های نوآوری، تأثیرات این نوآوری‌ها و عملکرد مالی شرکت‌های برزیلی را تجزیه و تحلیل می‌کنیم. ما فرض می‌کنیم که تلاش‌های نوآوری به طور مستقیم به عملکرد مالی تبدیل نمی‌شود. به دلیل عدم قطعیت ذاتی پروژه‌های نوآورانه، چنین تلاش‌هایی باید قبل از آنکه بتوانند به عملکرد مالی شرکت کمک کنند، به نتایج یا تأثیرات مؤثر نوآوری منجر شود. نتایج نشان می‌دهد که تلاش‌ها در زمینه نوآوری احتمالاً تأثیراتی را ایجاد می‌کند. با این حال، این تأثیرات لزوماً به معنای عملکرد بهتر مالی نیست. هدف از این مطالعه مشارکت در بحث در مورد تأثیرات نوآوری در سطح شرکت در زمینه یک کشور در حال توسعه بزرگ است، زیرا نتایج تجربی ادبیات مخلوط شده است. سانگ و همکاران^{۱۰} (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان "مکانیسم‌های صدای جمعی، رویه‌های مدیریت منابع انسانی و عملکرد سازمانی در شرکت‌های تولیدی ایتالیا" بیان کرده‌اند ادبیات در مورد صدای کارمند یا منابع انسانی نسبت به دهه‌های گذشته به شدت رشد کرده‌است. این مقاله با هدف تجزیه و تحلیل این که چگونه مکانیسم‌های صدای کارمند (یعنی صدای اتحادیه و صدای تیمی) بر بهره‌وری سازمانی تأثیر

۴. مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش (اقبال چادهری و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۹).

¹⁰ Song & et

¹¹ Iqbal

⁹ Muntu

۵. روش شناسی پژوهش

روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. ابزارهای مورد استفاده در این پرسشنامه استاندارد است که از روایی و پایایی لازم برخوردار است که به شرح زیر در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱. پایایی آلفای کرونباخ متغیرها

متغیرهای مورد پژوهش	آلفای کرونباخ
مشتری مداری	۰.۸۷۰
استراتژی منابع انسانی حمایتی	۰.۷۰۵
نوآوری	۰.۷۷۳
عملکرد مالی	۰.۹۰۱

توصیفی تقسیم کرد. برای بررسی و توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان از روش‌های آمار توصیفی استفاده شده است. روش‌های آماری استنباطی مورد استفاده نیز در زیر به اختصار توضیح داده شده‌اند. در این تحقیق برای تحلیل اولیه داده‌ها از smart pls ۲۸.۱۳ و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از مدل رگرسیون خطی استفاده شده است.

با توجه به اینکه میزان آلفای کرونباخ گویه‌های پژوهش تایید شده است در نتیجه می‌توان گفت پرسشنامه این پژوهش از روایی و پایایی لازم برخوردار است.

۶. یافته‌های پژوهش

روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می‌توان به دو دسته روش‌های آماری استنباطی و روش‌های آماری ۱.۶. آمار توصیفی

جدول ۲. آمار توصیفی

نمونه	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی	درصد فراوانی تجمعی
جنسیت	زن	۲۸	۲۸	۳۲/۶
	مرد	۵۸	۵۸	۱۰۰/۰
سطح تحصیلات	دکتری	۲	۲/۳	۲/۳
	لیسانس فوق	۳۳	۳۸/۴	۴۰/۷
	لیسانس	۳۰	۳۴/۹	۷۵/۶
	فوق دیپلم	۹	۱۰/۵	۸۶
	دیپلم	۷	۸/۱	۹۴/۲
شرایط سنی	زیر دیپلم	۵	۵/۸	۱۰۰
	۳۰-۳۵ سال	۱۸	۲۰/۹	۲۰/۹
	۳۵-۴۰ سال	۳۴	۳۹/۵	۶۰/۱
۴۰ سال به بالا	۳۴	۳۹/۵	۱۰۰/۰	۸۶

چولگی صفر و برای یک توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر بالاتر چولگی مثبت و برای توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر کوچک‌تر مقدار چولگی منفی است. کشیدگی نشان دهنده ارتفاع یک توزیع است. به عبارت دیگر کشیدگی معیاری از بلندی منحنی در نقطه ماکزیمم است و مقدار کشیدگی برای توزیع نرمال برابر ۳

۶.۲. آزمون نرمال بودن داده‌ها

به‌منظور آزمون نرمال بودن داده‌ها چولگی و کشیدگی داده‌ها آزمون می‌شود. چولگی معیاری از تقارن یا عدم تقارن تابع توزیع می‌باشد. برای یک توزیع کاملاً متقارن

پراکندگی داده‌ها بیانگر این است است که داده‌ها غیر نرمال است لذا نتایج بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها در جدول (۳) ارائه شده است.

می‌باشد. کشیدگی مثبت یعنی قله توزیع مورد نظر از توزیع نرمال بالاتر و کشیدگی منفی نشانه پایین‌تر بودن قله از توزیع نرمال است. برای مثال در توزیع t که

جدول ۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرهای پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی	حداقل	حداکثر
مشتری مداری	۸۶	۰/۲۸۲	۰/۱۲۲	۳	۱۳
استراتژی منابع انسانی حمایتی	۸۶	۰/۳۸۷	-۰/۳۲۶۷	۵	۱۵
نواوری	۸۶	۰/۵۱۸	۰/۴۷۶	۴	۱۵
عملکرد مالی	۸۶	۰/۴۲۷	۴/۴۹۹	۸	۳۵

کوواریانس محور تنها یک مدل در نرم‌افزار اجرا می‌گردد و محقق باید یکبار روابط بین سؤالات و متغیرهای مکنون را در قالب مدل درونی به سنجش گذارد. بنابراین در این قسمت از پژوهش ابتدا به آزمون مدل بیرونی که به بررسی پایایی و روایی سازه است می‌پردازیم و یکبار نیز به آزمون فرضیه‌ها در قالب مدل درونی بر آمده از ادبیات پژوهش می‌پردازیم.

۲.۷. آمار استنباطی

ابتدا مدل پژوهش در نرم‌افزار Smart PLS اجرا گردید تا بتوان در قالب قوانین آمار استنباطی به کشف الگوها در نمونه و تعمیم آن به جامعه پرداخت. الگوهای کشف شده در نمونه پژوهش حاضر در قالب بیرونی (اندازه‌گیری) درونی (ساختاری) ارائه می‌گردد. البته با توجه به ماهیت



شکل ۲. تصویر مدل اولیه بیرونی در حالت تخمین ضریب استاندارد

۳.۷. آزمون‌های مدل بیرونی

ترکیبی سازه‌ها بیانگر نسبت واریانس بین هر سازه و شاخص‌هایش به واریانس کل سازه می‌باشد. ضریب پایایی بالاتر از ۰/۷ به‌عنوان میزان قابل قبول شناخته شده است. نتایج بررسی ضرایب پایایی زیر شده است. مطابق با نتایج قابل مشاهده در جدول زیر، تمامی عامل‌ها ضریب پایایی ترکیبی قابل قبولی دارند. همچنین ضریب پایایی کرونباخ نیز در حد قابل قبول می‌باشد؛ پایایی اشتراکی که به معنای تعمیم پذیری یک سوال توجه می‌کند یعنی معنای واقعی پایایی محسوب می‌شود که مقدار قابل قبول باید بالاتر از ۰/۵ باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار است. در نتیجه مناسب بودن مدل اندازه‌گیری نیز تأیید می‌شود.

پس از مشاهده‌ی بارهای عاملی در مدل مربوط به بارهای عاملی ملاحظه می‌شود همه سوال‌ها بارعاملی بالاتر از ۰/۴ را دارند بنابراین این قسمت پژوهش تأیید شده است.

۴.۷. بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

۱.۴.۷. روایی واگرا

پایایی شاخص توسط سه آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی مورد سنجش قرار می‌گیرد. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش حداقل مربعات جزئی (PLS)، اکنون نوبت بررسی ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی است. ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی

جدول ۳. ضرایب پایایی پرسشنامه

متغیر	آلفای کرونباخ $\alpha > 0.7$	پایایی ترکیبی $CR > 0$	AVE	پایایی اشتراکی > COMMUNALITY, ۰.۵
استراتژی مشتری مداری	۰.۷۴۶	۰.۸۲۶	۰.۵۴۸	۰.۷۷۵
ظرفیت نوآوری	۰.۸۴۹	۰.۸۸۳	۰.۵۲۱	۰.۸۷۳
عملکرد مالی سازمان	۰.۷۶۳	۰.۸۴۱	۰.۵۱۹	۰.۷۸۱
مدیریت منابع انسانی حمایتی	۰.۸۵۹	۰.۸۸۶	۰.۵۹۹	۰.۸۰۱

همانطور که در جدول قابل مشاهده است، مقدار خروجی حاصل از انجام برای تمامی سازه‌های مدل مقدار ملاک حداقل برابر ۰.۵ بدست آمده است، در نتیجه مدل و برازش مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

الف) روایی همگرایی سازه‌های مدل بر اساس AVE

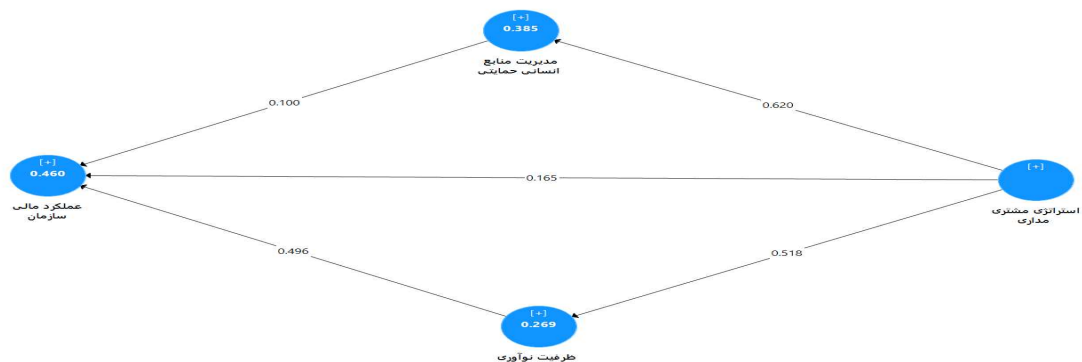
خوشبختانه کلیه ضرایب روایی همگرا در این قسمت پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۵ گزارش شده است بنابراین روایی همگرایی پژوهش توسط این آزمون نیز تأیید می‌شود.

ب) آزمون مقایسه AVE, CR که $CR > AVE$ باشد.

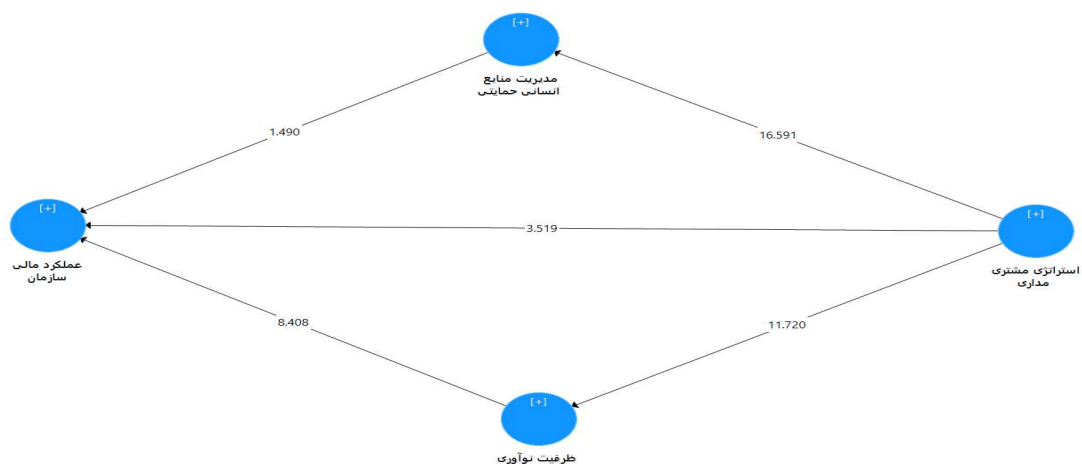
بر اساس نظریه هنسلر در سال ۲۰۰۹ باید نتایج حاصل از این دو آزمون به گونه‌ای باشد که به‌خوبی نشان دهد که $CR > AVE$ است و ضریب همبستگی بین این متغیرها بین -۱ و +۱ است.

خوشبختانه نتایج حاصل از انجام این آزمون نشان می‌دهد که ضرایب CR کلیه متغیرها از AVE بزرگ‌تر است.

۶.۸. بررسی فرضیه‌های پژوهش



شکل ۲. تصویر مدل اولیه بیرونی در حالت تخمین ضریب معناداری



شکل ۳. تصویر مدل اولیه بیرونی در حالت تخمین ضریب معناداری

جدول ۶. بررسی فرضیه‌های پژوهش

P Values	T	Original Sample (O)	
۰.۰۰۰	۱۱/۷۲۰	۰.۵۱۸	استراتژی مشتری مداری -> ظرفیت نوآوری
۰.۰۰۰	۳/۵۱	۰.۱۶۲	استراتژی مشتری مداری -> عملکرد مالی سازمان
۰.۰۰۰	۱۶/۵۹	۰.۶۲۰	استراتژی مشتری مداری -> مدیریت منابع انسانی حمایتی
۰.۰۰۰	۸/۴۰	۰.۴۹۶	ظرفیت نوآوری -> عملکرد مالی سازمان
۰.۱۳۴	۱/۴۹	۰.۱۰۰	مدیریت منابع انسانی حمایتی -> عملکرد مالی سازمان

۹. بحث و نتیجه گیری

استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجی گری مدیریت منابع انسانی حمایتی و ظرفیت نوآوری تأثیر دارد.

در مواجهه با تشدید رقابت جهانی و انفجار دانش، سازمان‌ها در سراسر جهان در حال تلاش هستند تا موقعیت رقابتی خودشان را با تقویت توانایی استقرار و بهره برداری از دارایی‌های مشهود و نامشهود خود، حفظ و بهبود بخشند. به طور فزاینده‌ای توانایی سازمان‌ها جهت حفظ مشتریان بستگی به موفقیت آن‌ها در مدیریت کیفیت خدمات ارائه شده یا به عبارتی در ارائه خدماتی است که رقبای آن‌ها قادر به فراهم کردن آن خدمات نیستند، تأثیر تمرکز مشتری بر عملکرد شرکت، از دو دیدگاه قابل بررسی است: دیدگاه اول تمرکز مشتری را عامل فشار بر فروشنده در نظر می‌گیرد و دیدگاه دوم آن را عاملی برای افزایش هماهنگی تولید، مدیریت موجودی‌ها و تسهیم اطلاعات در زنجیره تأمین به شمار می‌آورد. افزایش تمرکز مشتری، موجب کاهش هزینه‌های فروش و بهبود عملکرد مالی شرکت می‌شود. با توجه به اینکه میزان ضریب معناداری حاصل از انجام این پژوهش بزرگ‌تر از ۱/۹۶ شده در نتیجه می‌توان بیان کرد که این فرضیه تأیید شده است. در نتیجه می‌توان گفت استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی تأثیر معناداری دارد. نتیجه به دست آمده از این فرضیه با نتایج پژوهش رفیعی و کاوه (۱۳۹۴) همسویی دارد.

استراتژی‌های مشتری مداری بر مدیریت منابع انسانی حمایتی تأثیر دارد.

بر اساس فرضیه‌های سنتی رقابت به علت پیچیده شدن کسب و کار، اثر بخشی کم‌تری دارند به همین دلیل شهرداری بندر عباس به دنبال راه‌های جدید ایجاد مزیت رقابتی هستند. و با توجه به اینکه امروزه، منابع انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان است که نقش مهم در ایجاد مزیت رقابتی و تأثیر مهم بر وفاداری مشتریان دارد از عامل منابع انسانی به عنوان یک ابزار جهت دستیابی به استراتژی منابع انسانی استفاده کرده است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان ضریب معناداری میزان استراتژی‌های مشتری مداری بر مدیریت منابع انسانی حمایتی بزرگ‌تر از میزان ۱/۹۶ شده است از آنجا

که میزان بتا مثبت شده است در نتیجه می‌توان گفت این فرضیه تأیید شده است. نتیجه به دست آمده از این فرضیه با نتایج پژوهش‌های سمیرسون و ویلار لویز (۲۰۱۴) همسویی دارد.

استراتژی‌های مشتری مداری بر ظرفیت نوآوری کارکنان تأثیر دارد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان ضریب معناداری تأثیر استراتژی‌های مشتری مداری بر ظرفیت نوآوری کارکنان بزرگتر از میزان ۱/۹۶ شده است از آنجا که میزان بتا مثبت شده است در نتیجه می‌توان گفت این فرضیه تأیید شده است. نتایج حاصل از انجام این پژوهش نشان می‌دهد که استراتژی‌های مشتری مداری بر ظرفیت نوآوری کارکنان تأثیر دارد. نتایج حاصل از انجام این پژوهش با پژوهش‌های جاهد و همکاران (۱۴۰۰)، رنجبری و همکاران (۱۳۹۹)، شفیع پور و همکاران (۱۳۹۹) و نیک منش و همکاران (۱۳۹۸) همسویی دارد.

مدیریت منابع انسانی حمایتی بر عملکرد مالی سازمان تأثیر دارد.

مدیریت منابع انسانی یکی از کلیدی‌ترین عناصر هر سازمان است که مدیریت و برنامه‌ریزی درست آن در موفقیت و عملکرد مالی مناسب سازمان نقش بسزایی دارد اما در پژوهش پیش رو تأثیر مدیریت منابع انسانی حمایتی بر عملکرد مالی سازمان رد شده است شاید بتوان گفت وجود عوامل خارجی مانند تورم، نرخ ارز و ... توانسته‌اند بر اهمیت عملکرد مدیریت منابع انسانی در سازمان تأثیر بیشتر داشته باشند. نتایج حاصل از انجام این پژوهش با پژوهش‌های اصغر زمانی (۱۳۹۸)، طوفانی و همکاران (۱۳۹۷)، سانگ و همکاران (۲۰۲۰) و رفیکی و همکاران (۲۰۱۹) همسویی دارد.

ظرفیت نوآوری بر عملکرد مالی سازمان تأثیر دارد.

پیشرفت‌های فن آورانه در سال‌های اخیر، تغییرات فراوانی را در محیط سازمان‌ها ایجاد کرده که این تغییرات و دگرگونی‌ها علاوه بر نفوذ سریع به سازمان‌ها و تاثیر گذاشتن بر عملکرد آن‌ها، چالش‌ها و فرصت‌هایی را نیز برای سازمان‌ها فراهم آورده‌اند، در عصر حاضر غلبه سازمان‌ها بر همه شیون زندگی ما یکی از دلایل اهمیت آن‌هاست اما دلایل دیگری نیز برای اهمیت سازمان‌ها وجود دارد، از این رو، سازمان‌ها نیازمند راهبردهای نوینی

حمایتی و ظرفیت نوآوری کارکنان شهرداری بندرعباس معنادار گزارش شده است.

۲-۴-۵ پیشنهادات کاربردی

پیشنهاد می‌شود که علیرغم اینکه مشتری مداری به عنوان یکی از گرایش‌های راهبردی نقش چشمگیری در موفقیت سازمان‌ها ایفا می‌کند اما مدیریت منابع انسانی با رویکرد مشتری مداری چندان مورد توجه واقع نشده است و با توجه به اینکه در این پژوهش این فرضیه رد شده است در نتیجه پیشنهاد می‌شود که اهمیت به منابع انسانی را در الویت سازمانی قرار دهند.

در دنیای رقابت امروزی سازمان‌هایی موفق هستند که بتوانند ارزش‌های بیشتری را برای مشتریان خلق نمایند. خلق ارزش موجب کسب مزیت رقابتی می‌شود. شهرداری بندرعباس می‌تواند از استراتژی‌های مختلفی برای خلق ارزش برای مشتریان استفاده نمایند. در نتیجه پیشنهادی می‌شود بکارگیری استراتژی مشتری مداری در رأس امور سازمانی خود قرار دهند.

با توجه به اینکه توجه به مشتری در اولویت اصلی سازمان قرار دارد در نتیجه پیشنهاد می‌شود جهت توجه راهکارها و بکارگیری اصول (CRM) در اولویت کاری خود قرار دهند.

نوآوری، شرط اصلی رقابت در قرن ۲۱ است. رقابت فزاینده، تلاطمات شدید محیطی، تغییرات فناوری و عدم اطمینان‌های محیطی، سازمان‌ها را مجبور به پذیرش نوآوری به عنوان بخش اصلی استراتژی آن‌ها کرده است بنابراین پیشنهاد می‌شود نوآوری در سازمان در رأس امور سازمانی قرار گیرد.

یکی از عواملی که نقش واسطه‌ای در ارتباط بین بازار مداری و عملکرد مالی دارد، نوآوری است در نتیجه پیشنهاد می‌شود جهت بهبود عملکرد سازمانی بعد مالی تقویت شود.

هستند تا بتوانند در کنار چالش‌ها، با استفاده مطلوب از فرصت‌ها، عملکرد مناسبی داشته باشند؛ چرا که اهمیت عملکرد مالی سازمان تا حدی است که می‌تواند عامل تشخیص صعود یا نزول سازمان‌ها در عصر رقابتی کنونی باشد نتایج حاصل از انجام این پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت نوآوری بر عملکرد مالی سازمان تأثیر معناداری دارد. نتایج حاصل از انجام این پژوهش با پژوهش حاج عباسعلی خانی و همکاران (۱۳۹۷)، آقایی و همکاران (۱۳۹۶)، لی یین چی و همکاران (۲۰۲۱) و مونتو و همکاران (۲۰۲۱) همسویی دارد.

نتایج پژوهش پیش رو نشان می‌دهد که پیشرفت و توسعه امور سازمان‌ها امری نیست که بر حسب تصادف یا اتفاق به وجود آیند. یکی از الزامات مهم در پیشرفت سازمان‌ها و شرکت‌ها این است که مشتری و جلب نظر وی را سرلوحه اهداف و فعالیت‌های خود قرار دهند و رسیدن به این مهم از طریق نیروی انسانی امکان پذیر است زیرا شناخت کامل مشتری، مقدم شمردن وی و ارائه خدمات کیفی از جمله عوامل تضمین موفقیت در سازمان‌های امروزی مانند شهرداری است. تعبیری که امروز از مشتری می‌شود با آنچه در گذشته رواج داشته کاملاً متفاوت است، بدین معنی که مشتری دیگر خریدار صرف کالا یا خدمات نیست، بلکه یک عضو فعال و تأثیرگذار در کلیه فعالیت‌های تجاری به شمار می‌رود. بنابراین، دانستن استراتژی‌های نوین مانند استراتژی مشتری مداری، استراتژی مدیریت منابع انسانی، و نحوه ایجاد نوآوری در سازمان جهت بالا بردن ظرفیت سازمانی، توجه به نکات مهم در برقراری حفظ، و گسترش روابط با مشتری، و تلاش برای جلب رضایت وی در کلیه مراحل، از مرحله تحقیقات و بازار سنجی گرفته تا خدمات پس از فروش و سنجش میزان رضایت، کارایی و اثربخشی یک سازمان را در تحقق اهداف مشتری، محور افزایش می‌دهد. و در بلند مدت پایگاهی از مشتریان وفادار را به ارمغان خواهد آورد. یقیناً نمی‌توان این حقیقت مسلم را انکار کرد که وضعیت هر سازمانی در گرو رضایت مندی مشتریان آن است بر اساس نتایج حاصل از انجام این پژوهش می‌توان بیان کرده که تأثیر استراتژی‌های مشتری مداری بر عملکرد مالی سازمان با نقش میانجیگری مدیریت منابع انسانی

۷. منابع و مواخذ

- یزدانی، حمیدرضا و جان بزرگی، محمد و علاماتی، زینب و حمیدی، لیلیا، ۱۴۰۰، تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد شرکت های تولیدی استان تهران، دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، دامغان، ۳-۲۰۱-۲۰۸
- یزدان پناه عبدالملکی، انیس، ۱۳۹۲، جایگاه و نقش شهرداری و شوراهای مدلی مدیریت شهری ایران و جهان، همایش ملی مدیریت یکپارچه شهری و نقش آن در توسعه پایدار شهری، سنندج، ۱۱-۲۵۴-۲۶۶
- یزدان پناه عبدالملکی، انیس، ۱۳۹۲، جایگاه و نقش شهرداری و شوراهای مدلی مدیریت شهری ایران و جهان، همایش ملی مدیریت یکپارچه شهری و نقش آن در توسعه پایدار شهری، سنندج، ۸۹، ۶۳، ۵
- رنجبری، محسن و بسطامی، مصطفی و بلوچ، محمود، ۱۳۹۹، بررسی تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد مالی شرکت ها، چهارمین کنفرانس علمی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران، ایلام، ۴-۱۳۴-۱۴۴
- روشندل اربطانی، طاهر و شیروانی ناغانی، مسلم (۱۳۹۴). "ارائه مدلی برای بهبود عملکرد مالی سازمان، با تأکید بر نقش ترکیب منابع انسانی و ثبات مدیریت"، تحقیقات مالی، دوره ۱۷، شماره ۲، ۲۱۸-۱۹۹.
- شاه علی، نسرين و افشار صفوی، محمدجواد (۱۳۹۴). "ارزیابی تأثیر استراتژی مشتریمداری بر افزایش رضایت و وفاداری مشتری (موردکاوی: شعب مرکزی بانک های دولتی و خصوصی مشهد)", کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم کشاورزی، بندر انزلی، ۳-۱۵۶-۱۸۹
- شفیعی پور، داود و زارع شهنه، محمدمهدی و هاشمی نسب زواره، زهراسادات، ۱۳۹۹، تأثیر مدیریت اخلاقی منابع انسانی بر عملکرد مالی و اقتصادی شرکت ها، هشتمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم، تهران، ۴۳۲-۴۴۴
- محمدی، جمال (۱۳۹۸). "بررسی نقش واسط مدیریت منابع انسانی حمایتی در تأثیر استراتژی مشتری محور
- بر عملکرد مالی (مورد مطالعه: شعب مؤسسه اعتباری ملل در شهر تهران)", فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دوره ۲، شماره ۱. نیک منش، شمس الدین و عباسی، اعظم و زرگو، شبنم و فولادی، بهنام، ۱۳۹۸، بررسی تأثیرگذاری انعطاف پذیری منابع انسانی و منابع مالی بر سیستم عملکرد، هفتمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، ۱۲-۳۳۶-۳۹۸
- Bello, D. C., Radulovich, L. P., Javalgi, R. R. G., Scherer, R. F., & Taylor, J. (۲۰۱۶). "Performance of professional service firms from emerging markets: Role of innovative services and firm capabilities". *Journal of World Business*, ۵۱(۳), ۴۱۳-۴۲۴.
- Jaworski, B.J., and Kohil, A.K. (۲۰۲۱). "Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications". *Journal of Marketing*, ۵۴, ۱-۱۸.
- Lai-Yn Cheah ,Sarah, Yuen-Ping Ho, Shiyu Li, ۲۰۲۱, Search strategy, innovation and financial performance of firms in process industries, *Technovation*, Volume ۱۰۵,
- Lesakova, D (۲۰۱۸). "Customer oriented strategies in Slovak companies", *Economics Journal Review*, Vol ۳۸.
- Muntu ,D., R. Setyawati, L.S. Riantini, M. Ichsan, ۲۰۲۱, Effect of human resources management and advances to improve construction project performance, *Physics and Chemistry of the Earth, Parts A/B/C*, Pages ۳۹۱-۴۰۳.
- Jiang, J. (۲۰۱۹). *Measuring Catastrophic Health Expenditure: Innovation and Validation (Unpublished master's thesis)*. University of Calgary, Calgary, AB. <http://hdl.handle.net/۱۸۸۰/۱۱۱۱۴۶>.
- Lai, Y.L., Hsu, M.SH., Lin, F.J., Chen, Y.M., Lin, Y.H. (۲۰۱۴). The effects of industry cluster knowledge management



on innovation performance. Journal of Business Research, ۷۳۴-۷۳۹.

Iqbal Chaudhry, N, Iqra Aftab, Zainab Arif, Usman Tariq, Muhammad Azam Roomi, (۲۰۱۹) "Impact of customer-oriented strategy on financial performance with mediating role of HRM and innovation capability", Personnel Review, <https://doi.org/10.1108/PR-02-2018-0056>