

بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی شرکت بر شهرت شرکت با تأکید بر نقش چابکی نیروی کار

مأده بابکان

کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران. (نویسنده مسئول).

babakanmaede@gmail.com

دکتر مجید کلانتری

گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران.

Mkalantari56@yahoo.com

دکتر علیرضا اسکندری

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی رسام، کرج، ایران.

a.eskandari@rasam.ac.ir

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی شرکت بر شهرت شرکت با تأکید بر نقش چابکی نیروی کار می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۷۵ نفر از مدیران مالی و مسئولین و کارکنان واحدهای مالی شهرداری کرج در استان البرز در سال ۱۴۰۲ می باشد که بر اساس فرمول کوکران اقدام به انتخاب نمونه کردیم. این پژوهش از بُعد هدف کاربردی و از بُعد چگونگی گردآوری داده ها و روش کار در زمره تحقیقات توصیفی همبستگی قرار می گیرد. با استفاده از پرسشنامه ها مورد بررسی قرار گرفتند. بعد از توزیع و جمع آوری پرسشنامه ها مدلی پیشنهاد و با استفاده از روش مدل رگرسیون مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که مدل پیشنهادی با داده های این تحقیق برازش مناسبی دارد. بدین ترتیب بر اساس فرضیه های پژوهش، به تحلیل رابطه بین متغیرها بر یکدیگر پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان داد بین چابکی و عملکرد مالی شرکتها رابطه معناداری وجود دارد. بین چابکی و عملکرد غیرمالی شرکتها رابطه معناداری وجود دارد. بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد. بین عملکرد غیرمالی شرکتها و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد. بین رهبری تحول گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: چابکی، عملکرد مالی و غیر مالی شرکتها، شهرت شرکت، رهبری تحول گرا مدیریت ارشد.

مقدمه

به دنبال جهانی شدن در اوایل دهه ۱۹۹۰، محیط کسب و کار تغییر کرده است. تحولات فناوری، تغییرات ناگهانی و آشفتگی به مشخصه اصلی دنیای کسب و کار تبدیل شده است. هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، اینترنت اشیا، واقعیت مجازی و کلان داده جایگاه اصلی را هم در صنعت و هم در دانشگاه به خود اختصاص داده اند. بازار با تغییرات مکرر در حال تغییر و تحول بوده است (استرومیر و رولت، ۲۰۰۵). سازمانها تلاش می کنند تا با محیط کسب و کار پویا، غیرقابل پیش بینی و در حال تغییر مواجه شوند (شرعی و همکاران، ۲۰۰۷) و دائماً سعی در چارچوب بندی بقا و استراتژی کسب و کار رقابتی دارند.

موضوع عملکرد مالی همواره از جمله موضوعهای مطرح در مبانی نظری مالی بوده است و موجب نگرانی اصلی دست اندرکاران کسب و کار در همه نوع سازمانی می باشد؛ زیرا عملکرد مالی دلالت بر سلامت یک سازمان داشته و سرانجام

موجب بقای آن می‌شود؛ به طوری که می‌تواند ضامن اجرای اهداف سازمان و توسعه و پیشرفت آن باشد (کاسترو و همکاران، ۲۰۲۱). به همین منظور ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها از مهمترین موضوع‌های مورد توجه سرمایه گذاران اعتباردهندگان، دولت‌ها و مدیران است. از سوی دیگر آشننگی محیطی که سازمانها در آن مشغول فعالیت هستند، سبب شده است که یکی از مهمترین عوامل بقاء و پیشرفت چابکی آنها باشد. یک سیستم تولید چابک با قابلیت‌های فوق العاده از قبیل فن آوری نرم و سخت مدیریت علمی اطلاعات و نیروی انسانی برای رسیدن به تغییرات سریع بازارها است. هدف سازمان چابک عبارت است از غنی سازی و ارج نهادن به مشتریان و کارکنان که اساساً برای این کار مجموعه‌ای از قابلیت را برای انجام واکنش‌های مناسب نسبت به تغییراتی که در محیط کسب و کار روی می‌دهد در اختیار دارد. علاوه بر این، با توجه به رقابتی شدن بسیاری از بازارها سازمان‌ها برای باقی ماندن در این فضای رقابتی باید کالا خدمات با کیفیت تولید و عرضه کنند (لین و هانگ، ۲۰۲۲).

تلاش برای چابک سازی سازمان‌ها گاهی آنها را به اشتباه مهلکی همچون کم اهمیت قلمداد نمودن برخی ملزومات اساسی در دستیابی به چابکی دچار ساخته است. یکی از اساسی‌ترین اشتباهات، نادیده گرفتن نقش برجسته نیروی انسانی در ارتقای چابکی است. با وجود اینکه چابکی نیروی انسانی به عنوان یک راهبرد سودآور در محیط کسب و کار متلاطم اعلام شده است، فقدان نیروی انسانی چابک به عنوان یکی از عمده‌ترین دلایل شکست سازمان‌ها در همگام بودن با تغییرات بازار و فناوری شناسایی شده است. چنانچه نیروی انسانی را در غالب ساختارهای سازمانی امروزه به عنوان حلقه مفقوده دستیابی به چابکی قلمداد کنیم، ادعایی غیرمستدل نخواهد بود. سازمان‌هایی که بر این باور بوده‌اند که برای چابک‌سازی خود می‌بایست خط تولید را به جدیدترین فناوری مجهز نمود، ساختار سازمانی را در بستر فناوری اطلاعات و به صورت مجازی گسترده ساخت، و پس از آن نیروی انسانی را ملزم به تعامل با این فناوری کرد، نه تنها نتوانسته‌اند سطح چابکی خود را ارتقا دهند، بلکه به دلیل داشتن رویکرد یک بعدی نسبت به چابکی، سرمایه هنگفتی را در این راه، از دست داده‌اند (موتولو و شانموگام، ۲۰۲۲).

طبق نظریه‌های اقتصادی مرتبط با شهرت، شهرت نقش مکملی در تعیین رفتار شرکت‌ها دارد. به همین دلیل در سال‌های اخیر، افزایش اهمیت و ارزش دستیابی و نگهداری یک شهرت خوب برای شرکت در میان مدیران، به تلاش شرکت‌ها برای ایجاد یک سیستم شهرت برای شرکت خود منجر شده است؛ اما علیرغم تلاش شرکت‌ها، هنوز برخی از آنها نگران وضعیت شهرت و اعتبار خود هستند. این نگرانی از این بابت است که شرکت نتواند در پرداخت اصل و فرع بدهی‌هایش اقدام کند و با بحران مالی روبه رو شود یا تصمیماتی در خصوص تأمین منابع مالی بگیرد و منافع سرمایه گذاران را به خطر اندازد. پس مدیران شرکت به دنبال آن هستند تا چگونه منابع مالی را تأمین کنند تا ثروت سهامداران را به حداکثر برسان (استراوینسکین و همکاران، ۲۰۲۱).

شرکت‌ها، تحت رقابت شدید و شرایط پر نوسان بازار، تلاش می‌کنند تا سهم بازار، عملکرد و شهرت خود را حفظ کنند. ادراک مثبت ذینفعان نسبت به شرکت به عنوان شهرت شرکت نامیده می‌شود (گوتسی و ویلسون، ۲۰۲۰) و رقبا به طور دقیق قادر به الگوبرداری و تقلید آن نیستند. شهرت شرکت ارزش ذاتی یک شرکت را افزایش می‌دهد (داولینگ، ۲۰۰۶) و نقش اصلی را در مزیت رقابتی شرکت ایفا می‌کند (دیپ هاوس، ۲۰۰۰؛ شوایگر و رایتل، ۲۰۱۴). در کنار شهرت، شرکت‌هایی که عملکرد ثابتی از خود نشان می‌دهند، اعتماد همه ذینفعان را جلب می‌کنند. عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها می‌توانند شهرت شرکت را حفظ کنند. همانند شهرت شرکت، یکی دیگر از دارایی‌های کمیاب، ارزشمند و نامشهود یک شرکت، منابع انسانی است. کارکنان بازیگران کلیدی اکثر شرکت‌ها می‌باشند (یانگ و دریفیلد، ۲۰۱۲). آن‌ها می‌توانند رقابت‌پذیری شرکت را از طریق وفاداری و بهره‌وری خود افزایش دهند. شرکت‌ها برای داشتن مزیت رقابتی، منابع انسانی را در اولویت قرار می‌دهند چرا که منابع انسانی یک شرکت و دارایی‌های نامشهود دانش،

مهارت‌ها و نگرش‌های آن قابل کپی توسط شرکت دیگر نیست (بارنی، ۲۰۲۰). چابکی شرکت توانایی شرکت برای مقابله با محیط‌های آشفته است (نافعی، ۱۳۹۵). مؤلفه اصلی چابکی شرکت، چابکی نیروی کار است (کلینسکا و همکاران، ۲۰۱۲). در واقع چابکی نیروی کار به معنی سازگاری سریع کارکنان یک شرکت با تغییرات فناوری، خواسته‌های مشتریان و قواعد نظارتی دولت است. این به یک نیاز مبرم برای شرکت‌ها تبدیل شده است، چراکه نیروی کار چابک توانایی‌های پویای یک شرکت را ارتقا می‌دهد (تیس و همکاران، ۲۰۱۶)، امکان دستیابی به اهداف استراتژیک را می‌دهد، از فناوری جدید استفاده می‌کند و تخصص خود را برای ماندگاری در بازار به کار می‌گیرد (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲).

رهبری مدیریت ارشد و شیوه‌های مدیریت استعداد موجب شکل‌گیری و تقویت چابکی نیروی کار می‌شود. با استفاده از نیروی کار چابک، شرکت‌ها می‌توانند عملکرد بهتری داشته باشند، مزیت رقابتی در بازار کسب کنند و عملکرد بالاتری را نشان دهند که این امر به نوبه خود می‌تواند شهرت آنها را افزایش دهد. در یک محیط پویا، رهبری و مدیریت استعداد می‌تواند عملکرد شرکت و شهرت را در ادغام با چابکی نیروی کار افزایش دهد (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲).

شهرت شرکت به عنوان "قضاوت جمعی ناظران شرکت‌ها بر اساس ارزیابی اثرات مالی، اجتماعی مرتبط با شرکت در طول زمان" تعریف می‌شود (بارنت و همکاران، ۲۰۱۷). شهرت بالای شرکت می‌تواند با اقداماتی که به نفع شرکت است، حتی بدون قرارداد رسمی، مشکلات نمایندگی را کاهش دهد (رابرتز و داوولینگ، ۲۰۱۹). شهرت شرکت مجموع ادراک‌ها درباره این است که یک بنگاه در یک شرایط خاص چگونه رفتار خواهد کرد شهرت سازمانی عبارت است از ارزیابی کلی افراد ذینفع از شرکت در طول زمان این ارزیابی از تجربه مستقیم افراد ذینفع از شرکت هرگونه ارتباط یا سمبل سازی شرکت که حاوی اطلاعاتی از آن باشد و مقایسه این اطلاعات با عملکرد سایر رقبای، شکل می‌گیرد (باریک و تورگاد، ۲۰۲۱).

یک شرکت با شهرت بالا رقابت در یک صنعت را به حداقل رسانده و موقعیت اجتماعی شرکت را افزایش داده و بدین ترتیب بر ترجیحات مشتریان و رفتار خرید آنان تأثیر بسزایی گذاشته، در نتیجه با قیمت گذاری و فروش بالای محصولات و خدمات خود به سود بیشتری دست می‌یابد. براساس تئوری مبتنی بر منابع شرکت‌های با شهرت بالا دارای مزیت رقابتی بالا بوده و سودهای کلانی را به دست می‌آورند (دانگ و بارتول، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر عملکرد مالی بالا و مطلوب شرکت‌ها منجر به ایجاد یک تصویر مثبت و ایده آل در ذهن ذینفعان شده و سرمایه گذاران به این باور برسند که این شرکت خوب است و بدین ترتیب شهرت شرکت را بالا ببرد (رابرت و دالینگ، ۲۰۰۲). براساس نظر فامبران و وانریل نیز درک عملکرد مالی، فرصت‌ها و ریسک‌های شرکت تأثیر بسزایی بر شهرت شرکتی دارد. قلی زاده و کلائی (۱۳۹۴) بیان می‌کنند که شرکت‌های پیشرو بر پایه استراتژی بازارگرایی سعی دارند با رضای نیازهای مشتریان به بهترین نحو ممکن سودآوری خود را افزایش داده و بدین ترتیب در ذهن مشتریان جایگاهی ماندگار همراه با شهرت ایجاد نمایند (قلی زاده و کلائی، ۱۳۹۴). بر همین اساس، با توجه به موارد مطرح شده، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به سوالات زیر است:

چابکی چه تاثیری بر عملکرد مالی و غیر مالی دارد؟ عملکرد مالی و غیر مالی چه تاثیری بر شهرت شرکت دارد و همچنین رهبری تحول گرا مدیریت ارشد چه تاثیری بر چابکی نیروی کار دارد؟

تعریف واژگان کلیدی تحقیق

عملکرد مالی

عملکرد مالی شرکت را می‌توان در یک مفهوم کلاسیک به عنوان عقایدی که به شرکت‌ها کمک می‌کنند از بین ابزارها و اهداف بدیل انتخاب‌هایی را داشته باشند، یا به صورت فنی‌تر، وزنی که تصمیم‌گیران شرکت در هنگام تصمیم‌گیری‌های خود به اهداف بدیل نسبت می‌دهند، تعریف کرد (سینگلا و سینگ، ۲۰۱۹).

شهرت

در ابتدا واژه شهرت محدود به برند، هویت شرکتی، تصویر سازمان و دیگر عناصر طراحی بصری بود، اما به تدریج ارتباطات و همه شکل‌های رفتار که با مواجهه با محیط بیرونی و بازار مرتبط است را نیز در بر گرفت. آرم شرکت‌ها به عنوان بخشی از فرآیند شکل‌دهی تصویر بیرونی شرکت که هدایت ادراک مشتریان از شرکت و مسائل مربوط به آن را در پی دارد، نگریسته می‌شود. بسته به نگرش‌های مختلف، مفهوم شهرت سازمانی به عنوان یک ارزیابی‌ای که ذی‌نفعان مختلف از توانایی شرکت جهت انجام انتظاراتشان انجام داده‌اند (فامبران و وان، ۲۰۰۳)، یک سیستم جمعی از اعتقادات ذهنی اعضای یک گروه اجتماعی (بروملی، ۲۰۰۲) و نشانگر آنچه که در ذهن جامعه چندگانه درباره رفتارهای گذشته سازمان و ویژگی‌های مرتبط وجود دارد (گرانینگ و هانگ، ۲۰۰۲) تعریف شده است. مخصوصاً از دیدگاه تجاری، شهرت سازمانی به عنوان اعتقادات بازاری‌ها درباره ویژگی استراتژیکی شرکت، مشخصه بازاری که به شرکت نسبت می‌دهند، احترامی که جامعه برای شرکت قائل است. اعتقادات جمعی که در زمینه سازمانی درباره هویت و برجستگی شرکت وجود دارد (ریندوا و کوئا) و نمایانی و مطلوبیت رسانه‌ای که توسط شرکت به دست آمده است، تعریف شده است.

چابکی

دارا بودن مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و شایستگی‌ها که باعث بقا و پیشرفت سازمان در محیط کسب و کار (ویژگی اساسی این محیط عدم اطمینان و تغییرات دائمی می‌باشد) می‌شود (گاناسکاران و همکاران، ۱۹۹۹).

پیشینه پژوهش

رامیار و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان، تأثیر حسابداری منابع انسانی بر عملکرد مالی سازمان‌ها در بستر شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران بیان کردند، جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت فعال در بورس اوراق تهران است و نمونه آماری این تحقیق، کلیه شرکت‌هایی هستند که قبل از سال ۱۳۹۱ در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده تا پایان سال ۱۴۰۰ حضور داشته‌اند می‌باشد. داده‌های این تحقیق به کمک Excel طبقه‌بندی، به کمک نرم‌افزار Eviews ۱۰ آنالیز خواهد شد. برای برآورد مدل تحقیق از روش رگرسیون چند متغیره استفاده می‌شود. نتایج پژوهش نشان داده است که حسابداری منابع انسانی بر عملکرد مالی (بازده دارایی) شرکت‌ها تأثیر دارد. حسابداری منابع انسانی بر عملکرد مالی (بازده حقوق صاحبان سهام) شرکت‌ها تأثیر دارد. حسابداری منابع انسانی بر عملکرد مالی (کیوتو بین) شرکت‌های تأثیر دارد. این پژوهش حاضر باهدف تأثیر حسابداری منابع انسانی بر عملکرد مالی سازمان‌ها در بستر شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران انجام است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-همبستگی می‌باشد.

فراهی و اکبرپور (۱۴۰۱)، بررسی رابطه گزارشگری عملکرد پایدار محیطی و عملکرد مالی شرکت، بررسی اثرات شهرت شرکت، پرداختند. در این پژوهش رابطه گزارشگری عملکرد پایدار محیطی و عملکرد مالی با تأکید بر نقش تعدیلی شهرت شرکت در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره ۱۳۹۹-۱۳۹۲ مورد بررسی قرار گرفت. این پژوهش از لحاظ طبقه بندی بر حسب هدف، پژوهشی کاربردی است و از لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش،

تحقیق توصیفی محسوب می‌شود و از میان تحقیقات توصیفی، از نوع همبستگی است. نمونه آماری تحقیق به روش حذفی سیستماتیک تعداد ۱۱۸ شرکت انتخاب شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که گزارشگری عملکرد پایدار محیطی رابطه معناداری با عملکرد مالی شرکت‌ها داشته و همچنین شهرت شرکت، نقش تعدیلی معناداری بر رابطه بین گزارشگری عملکرد پایدار محیطی و عملکرد مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران دارد.

خان احمدی و دستگیر (۱۴۰۰)، در مطالعه خود به بررسی ارتباط سودآوری و شهرت شرکت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران پرداختند. در مقاله از مدل رگرسیون چندگانه در قالب داده‌های تابلویی و با روش اثرات ثابت استفاده و نتایج نشان داد که سودآوری شرکت، یک عامل تعیین کننده در افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران می‌باشد. مطابق با این یافته‌ها، شرکت‌های با سودآوری بیشتر در حوزه سرمایه بکار گرفته شده، افشای مسئولیت اجتماعی بهتری داشته‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که شهرت شرکت، یک عامل تعیین کننده در افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران نبوده است. احتمالاً شرکت‌های با شهرت بالا، منافع حاصل از انجام و افشای فعالیت‌های اجتماعی را به حد مطلوب دریافت نموده‌اند و در این حوزه، به کمال رسیده‌اند. بنابراین، لزومی برای افشای فعالیت‌های جاری نمی‌بینند.

پراساد داس و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه خود به بررسی توانمندسازهای چابکی نیروی کار، عملکرد شرکت و شهرت شرکت پرداختند. داده‌ها از ۲۲۵ شرکت فناوری اطلاعات جمع آوری شد و یک مدیر سطح متوسط از هر شرکت به پرسشنامه پاسخ داد. برای اندازه‌گیری سازه‌ها از موجودی‌های استاندارد استفاده شد و فقط یک فهرست برای ارزیابی مدیریت استعداد ایجاد شد. داده‌های مربوط به عملکرد مالی، وضعیت فهرست سهام، اندازه شرکت و مکان شرکت از منابع ثانویه گرفته شده است. هنگامی که اثر وضعیت فهرست سهام کنترل شد، عملکرد شرکت شهرت شرکت را بهبود بخشید. چابکی بالا (کم) نیروی کار از طریق افزایش (کاهش) عملکرد شرکت با شهرت شرکت بالا (کم) مرتبط بود. علاوه بر این، رهبری تحول آفرین مدیریت ارشد و مدیریت استعداد از طریق چابکی نیروی کار به طور مثبت با عملکرد شرکت مرتبط بود. اثرات غیرمستقیم میانجیگری کامل را به جز تأثیر چابکی نیروی کار از طریق عملکرد مالی بر شهرت شرکت پیشنهاد می‌کند. در نهایت، رهبری تحول گرا مدیریت ارشد و مدیریت استعداد شرکت، چابکی نیروی کار را توسعه می‌دهد و چابکی نیروی کار عملکرد شرکت را ارتقا می‌دهد که باعث شهرت شرکت می‌شود.

کارتا ویناتا و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه خود به بررسی شهرت شرکت در عملکرد مالی (مطالعه در مورد عضو اتاق بازرگانی اندونزی برای جاوا غربی) پرداختند. این تحقیق یک روش تحقیق توصیفی کمی است که تأثیر شهرت شرکت و عملکرد مالی را نشان می‌دهد. این تحقیق مشخص می‌کند که جامعه این مطالعه کلیه سهامداران شرکت‌های عضو اتاق بازرگانی اندونزی در استان جاوه غربی با نمونه‌ای از شرکت‌های متوسط است. نتایج این تحقیق حاکی از تأثیر شهرت شرکت بر عملکرد مالی آن است که از شاخص‌های وفادار بر متغیر شهرت شرکت که به هم پیوسته هستند و بر هر شاخص بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارند می‌توان پی برد.

ریستیانواتی و همکاران (۲۰۲۲)، در مطالعه خود به بررسی گنجاندن مالی به عنوان پیشینه سرمایه گذاری تنوع استراتژیک چابکی در حفظ عملکرد مالی بانکی پرداختند. هدف این مطالعه درک روندهای جدیدی است که رابطه بین شمول مالی و عملکرد مالی بانکی را مختل می‌کند. برای اینکه بتوان شمول مالی را با عملکرد مالی بانکی پیوند داد، سرمایه گذاری تنوع استراتژیک چابکی در اجرای چشم انداز منابع و یکپارچه سازی پرتفوی مورد نیاز است. این روش شامل تبدیل دو نظریه به یک ادغام است که در آن دو نظریه بر اساس یک ارتباط منطقی ترکیب می‌شوند. ASDI برای میانجیگری دربرگیری مالی در پیش بینی عملکرد مالی بانک استفاده می‌شود. در نتیجه، این رابطه می‌تواند توسط ASDI مرتبط باشد که می‌تواند مداخله‌ای برای بهبود عملکرد مالی بانک در شرایطی باشد که شمول مالی مستقیماً از فعالیت‌های بانکی پشتیبانی نمی‌کند.

روش و ابزار گردآوری داده‌ها

در فرآیند پژوهش، یکی از مهم‌ترین بخش‌ها را گردآوری داده‌ها و شیوه‌های آن تشکیل می‌دهد. قدر مسلم، ابزار گوناگونی برای گردآوری داده‌ها وجود دارد و هر پژوهشگر بنا به نوع پژوهش و ضرورت، یکی از روش‌های کلی گردآوری داده‌ها شامل: مرور بر پژوهش‌ها، پرسشنامه‌ها، مصاحبه‌ها و یا مشاهدات را انتخاب می‌کند (طیبی و همکاران، ۱۳۸۸). در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری، تدوین ادبیات پژوهش و شناسایی مؤلفه‌ها از روش مطالعه کتابخانه‌ای یعنی از منابع، مقالات و کتاب‌های مورد نیاز استفاده شده است. برای آزمون فرضیات از روش پیمایشی و توزیع پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. پرسشنامه مذکور شامل سه بخش می‌باشد. بخش اول پرسشنامه شامل توضیح مختصری از پرسشنامه و نحوه تکمیل آن جهت ایجاد وضوح بیشتر پاسخ دهندگان می‌باشد. بخش دوم پرسشنامه شامل اطلاعات شخصی که دارای سؤالات جمعیت شناختی نظیر سن، سطح تحصیلات، جنسیت، وضعیت تأهل ... پاسخ دهندگان می‌باشد. بخش سوم شامل سؤالات مرتبط با موضوع تحقیق می‌باشد. پرسشنامه تحقیق پرسشنامه استاندارد بوده که دارای مقیاس لیکرت می‌باشد، بدین صورت که برای هر سؤال از ۵ گزینه استفاده شده است.

جدول (۱): سؤالات پرسشنامه

ابعاد پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	شماره گویه‌ها	منبع
رهبری تحول‌گرا	۴	۱-۴	کیتیکونچوتیوات (۲۰۲۰)
چابکی نیروی کار	۴	۵-۸	امیری و همکاران (۱۴۰۰)
عملکرد مالی	۵	۹-۱۳	سامپایو و همکاران (۲۰۱۱)
عملکرد غیرمالی	۴	۱۴-۱۷	لوپز و مرونا (۲۰۱۱)
شهرت شرکت	۶	۱۸-۲۳	فومبران و ورنیل (۲۰۱۷)

روایی و پایایی

پیش از اطمینان نهایی از ابزارهای اندازه‌گیری و بکارگیری آن‌ها در مرحله اصلی جمع‌آوری داده‌ها، ضرورت دارد که پژوهشگر از طریق علمی، اطمینان نسبی لازم را نسبت به روا بودن بکارگیری ابزارهای موردنظر و معتبر بودن آن پیدا کند. معیارهایی که برای آزمون برازش ابزار پژوهش بکار می‌روند، عبارتند از روایی و پایایی (طیبی و همکاران، ۱۳۸۸).

روایی یا اعتبار

روایی تعیین می‌کند که یک ابزار اندازه‌گیری تا چه حد یک مفهوم خاص را اندازه می‌گیرد. روایی سؤالات پرسشنامه در این تحقیق توسط اساتید راهنما و خبرگان مدیریت تأیید شده‌است. جهت سنجش روایی پرسشنامه موجود از روش تأیید اساتید محترم راهنما و مشاور و خبرگان استفاده شده است.

پایایی

پایایی بدین معنی است که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی بدست می‌دهد و پایدار است. پس از وارد کردن داده‌های ۳۰ پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید.

جدول (۲): محاسبه ضریب آلفای کرونباخ

ابعاد پرسشنامه	آلفای کرونباخ
رهبری تحول‌گرا	۰/۷۴۶
چابکی نیروی کار	۰/۸۲۲

عملکرد مالی	۰/۸۰۴
عملکرد غیرمالی	۰/۹۴۲
شهرت شرکت	۰/۹۲۴
کل سؤالات	۰/۹۰۴

مبانی نظری فرضیه اول تحقیق

محصولات با کیفیت بالا، شیوه‌های CSR، و عملکرد مالی قوی می‌توانند به منابع شهرت شرکت‌ها تبدیل شوند (هوانگ و هوانگ، ۲۰۲۰) به دلیل عملکرد مالی بالاتر، شرکت‌ها می‌توانند زیرساخت‌های خود را توسعه دهند، آخرین فناوری‌ها را بپذیرند، کارکنان با استعداد بیشتری را استخدام کنند، به دنبال گسترش بازار باشند، محصولات را متنوع کنند و خدمات رفاهی بیشتری را برای کارکنان ارائه دهند. قابلیت‌های سازمانی از طریق سرمایه فکری بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد و همچنین این توانایی‌ها باعث افزایش یادگیری و رشد شرکت‌ها می‌شوند (لین و همکاران، ۲۰۱۹).

عملکرد غیرمالی شرکت‌ها شامل سهم بازار، روابط محل کار، توسعه محصول جدید، تحقیق و توسعه، برنامه‌های کاهش هزینه و توسعه پرسنل است. تخصیص منابع به تنوع، آموزش، سلامت و ایمنی کارگران منجر به ایجاد ارزش در یک شرکت می‌شود. نوآوری باز، سرمایه فکری و مدیریت دانش ضمنی تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارند. بر این اساس عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی می‌توانند شهرت شرکت را افزایش دهند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه زیر مطرح می‌گردد:

۱- عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی شرکت با شهرت شرکت رابطه معناداری دارد.

مبانی نظری فرضیه دوم تحقیق

شرکت‌هایی که قادر به پاسخگویی به موقعیت‌های کسب‌وکار در حال تغییر با سرعت و انعطاف پذیری می‌باشند، می‌توانند عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی خود را افزایش دهند. چابکی توانایی یک شرکت برای درک تهدیدها و فرصت‌ها در محیط کسب‌وکار و مقابله با محیط در حال تغییر از طریق انعطاف‌پذیری و سازگاری به نفع خود است (لی و همکاران، ۲۰۱۵).

چابکی شرکت از دیدگاه منابع انسانی شامل: (۱) پاسخگویی به تغییرات، (۲) شایستگی، (۳) انعطاف پذیری، و (۴) سرعت می‌باشد. چابکی شرکت را می‌توان از طریق رهبری، سیستم پاداش، فرهنگ سازمان، تأمین کنندگان، مشتریان، اپلیکیشن‌های فناوری اطلاعات و کارمندان به دست آورد. چارچوب چابکی شرکت دارای سه عامل تعیین کننده است. (۱) نیروی کار مقیاس‌پذیر، (۲) یادگیری سازمانی سریع، و (۳) زیرساخت سازمانی بسیار سازگار. نیروی کار چابک برای ایجاد یک شرکت چابک حیاتی است. چابکی نیروی کار به نحوه برخورد و واکنش کارکنان به تغییرات در شرایط غیرقابل پیش‌بینی بازار بستگی دارد. چابکی نیروی کار شامل کنشگری، انطباق‌پذیری و تاب‌آوری است. فعالیت‌های منابع انسانی مانند استقلال شغلی، غنی‌سازی شغل، مشارکت کارکنان، آموزش کارکنان، مهارت‌های چندگانه و انجام چند وظیفه به چابکی نیروی کار کمک می‌کنند و بنابراین، نیروی کار چابک می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد.

یک نیروی کار چابک می‌تواند به سرعت و کارآمد با تغییرات در محیط کسب‌وکار سازگار گردد (کای و همکاران، ۲۰۱۸) و همچنین می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد. بین چابکی نیروی کار و تعالی شرکت رابطه مثبت وجود دارد. تعالی شرکت منعکس کننده ظرفیت نوآوری، سهم بازار بزرگتر، عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی است (سگارا- ناوارو، سوتو-

آکوستا و ونسلی، ۲۰۱۶). نیروی کار چابک رقابت و سود شرکت را تسریع می‌کند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه زیر مطرح می‌گردد:
۲- چابکی نیروی کار با عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه معناداری دارد.

مبانی نظری فرضیه سوم تحقیق

کارکنان از شرکت برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر و مزیت رقابتی پایدار حمایت می‌کنند (کراونز و الیور، ۲۰۰۶) که این وضعیت بر شهرت شرکت تأثیر می‌گذارد. چابکی نیروی کار کارکنان را توانمند می‌کند، آزادی و فرصت در تصمیم‌گیری را ارتقا می‌دهد و خلاقیت مربوط به کار و اهداف شرکت را پرورش می‌دهد. یک نیروی کار چابک محصولات، خدمات و راه‌حل‌های جدید را از طریق سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه و خلاقانه خود به بازار ارائه می‌دهد. حتی در شرایط آشفته بازار، نیروی کار چابک اقدامات لازم را برای حفظ عملکرد شرکت و مزیت رقابتی انجام می‌دهد. چنین ابتکارهایی شهرت شرکت بالاتری را در ذهن ذی‌نفعان ایجاد می‌کند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه زیر مطرح می‌گردد:

۳- چابکی نیروی کار با شهرت شرکت‌ها رابطه معناداری دارد.

مبانی نظری فرضیه چهارم تحقیق

کارکنان چابک سود شرکت‌ها را در محیط‌های پویا افزایش می‌دهند و به بهبود کیفیت، خدمات بهتر به مشتریان و وضعیت اقتصادی کمک می‌کنند (سهرابی و همکاران، ۲۰۱۴). آن‌ها به سرعت با فرصت‌ها و شرایط بازار جدید سازگار می‌شوند (مودولی، ۲۰۱۳) و عملکرد شرکت را افزایش می‌دهند. آن‌ها به دلیل کارایی و انعطاف‌پذیری خود وظایف بیشتری در زمان کمتری انجام می‌دهند. آن‌ها کیفیت وظایف را افزایش می‌دهند که منجر به کاهش هزینه (حسین و یوسفی، ۲۰۱۲) و عملکرد مالی بالاتر می‌شود. آن‌ها حتی سهم بازار را در محیط‌های کسب‌وکار بسیار ناپایدار افزایش می‌دهند (کاتایاما و بنت، ۱۹۹۹). آن‌ها همچنین به اهداف استراتژیک شرکت از نظر هزینه، کیفیت و تنوع دست می‌یابند، بنابراین تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی دارند (هوپ و اوون، ۲۰۰۴).

مشاهدات فوق‌بیانگر تأثیر مثبت چابکی نیروی کار بر عملکرد شرکت است. به‌طور مشابه، یک رابطه مثبت بین عملکرد شرکت و شهرت شرکت وجود دارد. ظرفیت بالای نوآوری یک شرکت، خدمات بهتر به مشتریان (فرودی و همکاران، ۲۰۱۶؛ توپلو و همکاران، ۲۰۱۴)، و موقعیت مالی خوب (داولینگ، ۲۰۰۶)، شهرت بهتری ایجاد می‌کند. برخی از محققان استدلال کرده‌اند که رابطه بین عملکرد شرکت و شهرت دو سویه است (پارک و همکاران، ۲۰۱۴). این شواهد نشان می‌دهد که چابکی نیروی کار به‌طور مثبت بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد و عملکرد شرکت شهرت شرکت را بهبود می‌بخشد. همچنین، فرضیه اول بیان می‌کند که (الف) عملکرد مالی و (ب) عملکرد غیرمالی به‌طور مثبت با شهرت شرکت شرکت‌ها و طبق فرضیه دوم، چابکی نیروی کار به‌طور مثبت با (الف) عملکرد مالی و (ب) عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه مثبت خواهد داشت (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه زیر مطرح می‌گردد:

۴- چابکی نیروی کار از طریق عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها با شهرت شرکت رابطه معناداری دارد.

مبانی نظری فرضیه پنجم تحقیق

رهبران تغییر گرا در سطوح بالا می‌توانند با محیط کسب‌وکار پویا سازگار شوند، بر فرآیند تغییر تمرکز کنند و چشم‌اندازی جدید برای شرکت ایجاد کنند. رهبران تغییر گرا تأثیر ایده آل، انگیزه الهام‌بخش، تحریک فکری و توجه فردی را

پرورش می‌دهند (بأس، ۱۹۸۵). رفتارها و نگرش‌های آرمانی رهبر باعث ایجاد صداقت و مدارا در میان زیردستان می‌شود. چنین رهبرانی به‌طور مستمر در تلاش برای تغییر نگرش زیردستان نسبت به مدیریت تغییر و متقاعد کردن آنها در مورد چشم انداز جدید و پاداش مرتبط برای همه می‌باشند. آمادگی کارکنان برای مدیریت تغییر، آنها را چابک‌تر می‌کند. رهبران تفکر انتقادی و شیوه‌های نوآورانه را (مینمیس و همکاران، ۲۰۱۵؛ شافی و همکاران، ۲۰۲۰) در میان کارکنان برای رویارویی با چالش‌ها در یک محیط کسب‌وکار غیرقابل‌پیش‌بینی تشویق می‌کنند. رهبران تحول‌آفرین محیطی را برای مشارکت و توانمندسازی کارکنان ایجاد می‌کنند. کارکنان توانمند چابک‌تر می‌شوند (مودولی، ۲۰۱۷). رهبری تحول‌گرا بر اعتماد کارکنان (اسلام و همکاران، ۲۰۲۱) و رفتار فضیلت‌مدنی تأثیر می‌گذارد (خان و همکاران، ۲۰۲۰). انگیزه درونی رابطه بین رهبری تحول‌گرا و اخلاقیت کارکنان را تعدیل می‌کند (شفیع و همکاران، ۲۰۲۰). رهبری دانش‌محور و توسعه منابع انسانی از طریق نوآوری سازمانی مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها را ارتقا می‌دهد (بامنیروف و همکاران، ۲۰۲۱). رهبران تحول‌آفرین نوآوری، آموزش و توسعه، تصمیم‌گیری مشارکتی، ارتباطات باز را ترویج می‌کنند و زیردستان آنها مولد می‌شوند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین فرضیه زیر مطرح می‌گردد:

۵- رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت‌ها رابطه معناداری دارد.

از اینرو فرضیات این تحقیق بصورت زیر ارایه می‌شوند:

فرضیه اول تحقیق:

بین چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم تحقیق:

بین چابکی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم تحقیق:

بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم تحقیق:

بین عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه پنجم تحقیق:

بین رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق

به منظور شناخت بهتر جامعه‌ای که در پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری لازم است این داده‌ها توصیف شوند. همچنین توصیف آماری داده‌ها، گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آنان و پایه‌ای برای تبیین روابط متغیرهایی است که در پژوهش بکار می‌روند.

جنسیت

جدول (۳): فراوانی گروه‌های جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
زن	۷۰	٪۴۰	٪۴۰
مرد	۱۰۵	٪۶۰	٪۱۰۰
جمع کل	۱۷۵	٪۱۰۰	

سن

جدول (۴): فراوانی گروه‌های سن

درصد فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی	سن
%۱۴	%۱۴	۲۵	کمتر از ۳۰ سال
%۷۰	%۵۶	۹۸	بین ۳۰ تا ۴۰ سال
%۱۰۰	%۳۰	۵۲	بالاتر از ۴۰ سال
	%۱۰۰	۱۷۵	جمع کل

میزان تحصیلات

جدول (۵): فراوانی گروه‌های تحصیلی

درصد فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی	سن
%۵۱	%۵۱	۹۰	لیسانس
%۹۲	%۴۱	۷۱	فوق لیسانس
%۱۰۰	%۸	۱۴	دکتری
	%۱۰۰	۱۷۵	جمع کل

سابقه کار

جدول (۶): فراوانی گروه‌های سابقه کار

درصد فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی	سابقه کار
%۲۳	%۲۳	۴۱	بین ۵ تا ۱۰ سال
%۶۹	%۴۵	۷۹	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
%۱۰۰	%۳۱	۵۵	بالاتر از ۲۰ سال
	%۱۰۰	۱۷۵	جمع کل

بررسی مدل نظری تحقیق

برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تأثیر از روش مدلیابی معادلات ساختاری بوسیله نرم افزار PLS استفاده شده است. مدلیابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و به بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را بگونه همزمان مورد آزمون قرار دهد. مدلیابی معادله ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و پنهان است. در میان تمامی شیوه تحلیل چند متغیره تنها روش معادلات ساختاری است که همزمان هم از تحلیل رگرسیون چندگانه و هم از تحلیل عاملی استفاده می‌کند (هیر و همکاران، ۲۰۰۶).

آنچه باعث می‌شود روش معادلات ساختاری روشی قدرتمند و مورد استفاده در میان محققان باشد، این است که علاوه بر ظاهری گرافیکی آن که تفسیر را آسان می‌کند (کومار و همکاران، ۲۰۰۸)، این روش می‌تواند مجموعه‌ای از روابط میان متغیرها را بصورت همزمان محاسبه کند. همانطور که هیر معتقد است هیچکدام از روش‌های پیشین نمی‌توانستند همزمان هم مدل اندازه‌گیری را بررسی کنند و هم روابط علی مدل را محاسبه کنند (کومار و همکاران، ۲۰۰۸). بطور کلی روش معادلات ساختاری از طریق مجموعه‌ای از معادلات شبیه به رگرسیون چندگانه ساختار روابط درونی متغیرها را

آشکار می‌کند. لذا برای پاسخ به پرسش اصلی این تحقیق، از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS استفاده شده است.

تحلیل عاملی

در انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا نه؟ بنابراین در ابتدا به بررسی مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی می‌پردازیم. روش‌های مختلفی برای این کار وجود دارد که از جمله آنها می‌توان به محاسبه مقدار KMO اشاره کرد که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰.۵۰ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰.۵۰ تا ۰.۶۹ باشد، می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت، ولی در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰.۷ باشد، همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود.

از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل قرار می‌گیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شده است. به عبارت دیگر با استفاده از آزمون بارتلت می‌توان از کفایت نمونه‌گیری اطمینان حاصل کرد. نتایج حاصل که در جدول شماره (۷) نشان داده شده است، نشانگر مناسب بودن همبستگی‌های موجود بین داده‌ها برای تحلیل عاملی و کفایت نمونه‌گیری است، از این رو می‌توان به تحلیل عاملی اقدام کرد.

جدول (۷): آزمون KMO و بارتلت

آزمون KMO	آماره KMO	۰/۷۸۳
آزمون بارتلت	آماره χ^2	۵۶۶۸/۰۳۶
	درجه آزادی	۷۰۳
	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

با توجه به عدد KMO (بزرگ‌تر از ۰/۷) و عدد معناداری آزمون بارتلت ($\text{sig} < ۰/۰۵$) می‌توان گفت که داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب است و از شرایط مورد نیاز برخوردار است.

جدول (۸): اشتراکات اولیه

سؤالات	اولیه	استخراجی
۱EQ	۱/۰۰۰	۰/۸۰۱
۲EQ	۱/۰۰۰	۰/۷۱۹
۳EQ	۱/۰۰۰	۰/۵۷۲
۴EQ	۱/۰۰۰	۰/۷۲۰
۱PS	۱/۰۰۰	۰/۵۴۳
۲PS	۱/۰۰۰	۰/۶۴۱
۳PS	۱/۰۰۰	۰/۶۴۲
۴PS	۱/۰۰۰	۰/۵۹۳
۱IC	۱/۰۰۰	۰/۶۱۶
۲IC	۱/۰۰۰	۰/۷۴۹
۳IC	۱/۰۰۰	۰/۶۳۸
۴IC	۱/۰۰۰	۰/۶۵۹
۱IS	۱/۰۰۰	۰/۵۷۸

۰/۷۲۹	۱/۰۰۰	۲IS
۰/۵۷۵	۱/۰۰۰	۳IS
۰/۵۸۴	۱/۰۰۰	۴IS
۰/۵۷۱	۱/۰۰۰	۵IS
۰/۶۷۲	۱/۰۰۰	۱EE
۰/۷۹۷	۱/۰۰۰	۲EE
۰/۹۰۷	۱/۰۰۰	۳EE
۰/۸۵۵	۱/۰۰۰	۴EE
۰/۶۸۹	۱/۰۰۰	۵EE
۰/۵۸۹	۱/۰۰۰	۶EE

این جدول دارای دو ستون اشتراکات اولیه و استخراجی (Extraction) می‌باشد که نشان‌دهنده اشتراک یک متغیر (گویه) برابر با مربع همبستگی چندگانه (R^2) با عامل‌ها است. ستون اول اشتراکات اولیه، اشتراک‌ها را قبل از استخراج عامل (یا عامل‌ها) بیان می‌کند و تمامی اشتراک‌های اولیه برابر یک است و هر چه مقادیر اشتراک استخراجی بزرگتر باشد (یعنی بزرگتر از ۰.۵) عامل‌های موردنظر را بهتر توصیف (نمایش) می‌دهند. بنابراین جدول بالا نشان‌دهنده مناسب بودن تمامی سؤالات در فرآیند تحلیل عاملی می‌باشد به علت اینکه عدد اشتراکات سؤالات از ۰.۵ بیشتر است.

جدول (۹): واریانس تبیین شده

مجموع مجذور بارهای عاملی (بعد از چرخش)			مجموع مجذور بارهای عاملی (قبل از چرخش)			مقدار ویژه			عامل‌ها
نسبت از واریانس (به درصد)	جمع	درصد تجمعی	نسبت از واریانس (به درصد)	جمع	درصد تجمعی	نسبت از واریانس (به درصد)	جمع	درصد تجمعی	
۰.۷۵/۱۴	۳۴۹/۵	۱۳.۰/۲۵	۰.۷۵/۱۴	۵۴۹/۹	۱۳.۰/۲۵	۱۳.۰/۲۵	۵۴۹/۹	۱۳.۰/۲۵	۱
۸۶۴/۲۵	۴۷۹/۴	۲۴۴/۳۶	۱۱.۷۸۸	۲۲۳/۴	۲۴۴/۳۶	۱۱۴/۱۱	۲۲۳/۴	۲۴۴/۳۶	۲
۳۴.۰/۳۵	۶۰۱/۳	۲۷۳/۴۶	۴۷۶/۹	۱۱۱/۳	۲۷۳/۴۶	۰.۳۰/۱۰	۸۱۱/۳	۲۷۳/۴۶	۳
۸۱۶/۴۳	۲۲۱/۳	۵۹۷/۵۳	۴۷۶/۸	۷۸۳/۲	۵۹۷/۵۳	۳۲۴/۷	۷۸۳/۲	۳۲۴/۷	۴
۶۴۴/۷۲	۳۷۱/۲	۶۴۴/۷۲	۲۴۰/۶	۳۴۹/۱	۸۲۶/۵۹	۲۲۹/۶	۳۶۷/۲	۲۲۹/۶	۵
					۲۲۱/۶۵	۳۹۵/۵	۰.۵۰/۲		۶
					۰.۹۴/۶۹	۸۷۳/۳	۴۷۲/۱		۷
					۶۴۴/۷۲	۵۵۰/۳	۳۴۹/۱		۸
					۳۶۱/۷۵	۷۱۷/۲	۰.۳۲/۱		۹
					۸۸۶/۷۷	۵۲۵/۲	۹۶۰/۰		۱۰
					۹۶۴/۷۹	۰.۷۸/۲	۷۹۰/۰		۱۱
					۸۱.۸۳۰	۸۶۶/۱	۷۰.۹/۰		۱۲
					۸۳.۴۹۸	۶۶۸/۱	۶۳۴/۰		۱۳
					۹۶۸/۸۴	۴۷۰/۱	۵۵۹/۰		۱۴
					۳۸۰/۸۶	۴۱۲/۱	۵۳۷/۰		۱۵
					۶۹۵/۸۷	۳۱۵/۱	۵۰۰/۰		۱۶
					۹۱۶/۸۸	۲۲۱/۱	۴۶۴/۰		۱۷
					۰.۲۹/۹۰	۱۱۳/۱	۴۲۳/۰		۱۸

						۰۶۸/۹۱	۰۳۹/۱	۳۹۵/۰	۱۹
						۰۲۶/۹۲	۹۵۸/۰	۳۶۴/۰	۲۰
						۸۸۸/۹۲	۸۶۲/۰	۳۲۸/۰	۲۱
						۷۱۴/۹۳	۸۲۶/۰	۳۱۴/۰	۲۲
						۴۹۰/۹۴	۷۷۶/۰	۲۹۵/۰	۲۳

جدول کل واریانس تبیین شده نشان می‌دهد که این سؤالات ۵ عامل را تشکیل می‌دهند و این عامل‌ها در حدود ۷۲.۶۴۴ درصد واریانس را تبیین و پوشش می‌نماید که در واقع نشان‌دهنده روایی مناسب سؤالات می‌باشد. در ادامه ماتریس چرخش یافته عاملی آورده می‌شود. این ماتریس همبستگی گویه (سؤالات یا متغیرها) و عامل را مشخص می‌کند که براساس میزان همبستگی این ارتباط روشن خواهد شد. در این ماتریس بارهای عاملی (نمرات عاملی) هر یک از متغیرها بزرگتر از ۰.۵ می‌باشند و زیر چتر عامل موردنظر قرار می‌گیرند که هر چقدر مقدار این ضریب بیشتر باشد عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر موردنظر دارد. جدول زیر نشان می‌دهد که چه سؤالاتی و با چه بارهای عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند.

جدول (۱۰): ماتریس چرخش یافته عاملی

عامل‌ها					سؤالات
۵	۴	۳	۲	۱	
-۰/۰۰۳	۰/۰۸۸۲	-۰/۰۳۱	۰/۰۹۶	۰/۰۸۰	۱EQ
۰/۲۸۸	۰/۷۸۴	-۰/۱۰۳	-۰/۰۲۶	-۰/۰۵۶	۲EQ
۰/۲۱۶	۰/۶۶۷	-۰/۰۴۵	-۰/۱۴۵	۰/۰۱۱	۳EQ
-۰/۰۲۳	۰/۸۴۰	-۰/۰۲۵	۰/۰۳۷	۰/۰۰۶	۴EQ
۰/۶۸۶	۰/۱۹۳	-۰/۰۶۸	۰/۰۰۹	۰/۰۶۹	۱PS
۰/۷۸۴	۰/۰۴۰	-۰/۰۵۷	-۰/۱۱۱	۰/۰۰۲	۲PS
۰/۶۱۱	۰/۲۵۳	-۰/۲۷۵	-۰/۳۱۳	۰/۰۹۰	۳PS
۰/۶۹۴	۰/۰۱۹	-۰/۲۰۷	-۰/۱۸۳	۰/۰۳۰	۴PS
-۰/۲۵۴	-۰/۰۳۸	۰/۶۹۵	-۰/۰۲۶	۰/۰۳۵	۱IC
-۰/۰۲۴	-۰/۰۰۶	۰/۸۵۸	-۰/۰۰۴	-۰/۰۳۴	۲IC
-۰/۰۸۵	-۰/۰۳۶	۰/۷۸۱	۰/۰۶۱	-۰/۰۷۹	۳IC
-۰/۱۲۷	-۰/۱۱۳	۰/۷۸۰	-۰/۰۱۴	-۰/۰۵۶	۴IC
-۰/۰۴۴	۰/۰۰۷	۰/۰۱۸	۰/۷۵۱	۰/۰۲۳	۱IS
-۰/۰۱۲	۰/۰۲۲	۰/۱۹۶	۰/۸۲۵	-۰/۰۶۰	۲IS
۰/۰۳۴	-۰/۰۲۲	-۰/۰۴۷	۰/۷۱۲	۰/۰۳۱	۳IS
-۰/۲۵۹	۰/۰۹۰	۰/۰۴۱	۰/۷۰۳	-۰/۰۳۵	۴IS
-۰/۲۳۳	-۰/۱۱۳	-۰/۲۲۳	۰/۶۶۶	۰/۰۳۹	۵IS
-۰/۰۱۵	-۰/۰۹۲	-۰/۰۳۰	-۰/۱۰۴	۰/۳۳۲	۱EE
-۰/۰۴۷	-۰/۰۵۰	-۰/۱۱۷	-۰/۰۶۰	۰/۲۵۲	۲EE
۰/۰۶۳	-۰/۰۷۴	-۰/۱۱۵	-۰/۱۱۶	۰/۲۰۳	۳EE
-۰/۰۱۲	۰/۰۲۱	-۰/۱۶۲	-۰/۱۱۳	۰/۱۸۸	۴EE
-۰/۰۲۵	۰/۰۶۲	-۰/۰۸۵	-۰/۰۶۵	۰/۲۰۵	۵EE
۰/۱۹۰	۰/۰۱۶	۰/۰۰۶	-۰/۰۳۰	۰/۰۵۹	۶EE

توصیف متغیرهای پژوهش

با توجه به جدول شماره (۱۱) آمار توصیفی کلیه متغیرهای تحقیق از نظر شاخص‌های آماری به شرح جدول زیر می‌باشد.

جدول (۱۱): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

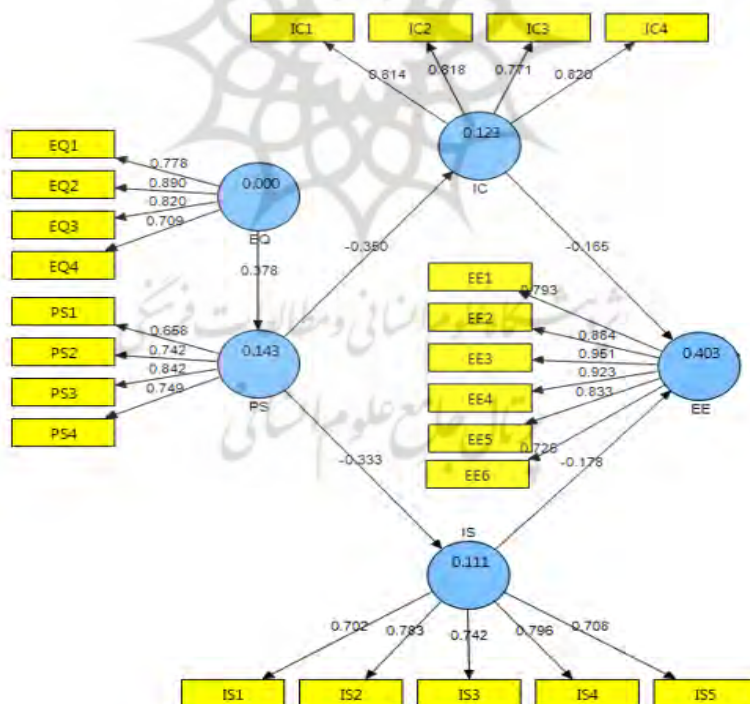
متغیر	نشان اختصاری	مشاهده	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
رهبری تحول گرا	EQ	۱۷۵	۵۰/۱	۰۰/۵	۵۳۲/۳	۶۰۲/۰
چابکی نیروی کار	PS	۱۷۵	۳۳/۱	۰۰/۵	۹۶۷/۲	۵۸۵/۰
عملکرد غیرمالی	IC	۱۷۵	۰۰/۱	۰۰/۵	۸۹۶/۲	۸۸۸/۰
عملکرد مالی	IS	۱۷۵	۴۰/۱	۰۰/۵	۸۴۳/۲	۷۴۶/۰
شهرت شرکت	EE	۱۷۵	۰۰/۱	۰۰/۵	۱۹۱/۳	۰۱۲/۱

با توجه به جدول آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در شهرداری کرج؛ چابکی نیروی کار، عملکرد غیرمالی و عملکرد مالی در حد ضعیفی ارزیابی شده‌است که از ضعف‌های این سازمان می‌باشد؛ زیرا میانگین پاسخ‌های به دست آمده از سؤالات این متغیرها پائین تر از ۳ می‌باشد. میزان رهبری تحول گرا و شهرت شرکت نیز در حد متوسطی ارزیابی شده‌است؛ زیرا میانگین پاسخ‌های به دست آمده از سؤالات این متغیرها در حد ۳ می‌باشد.

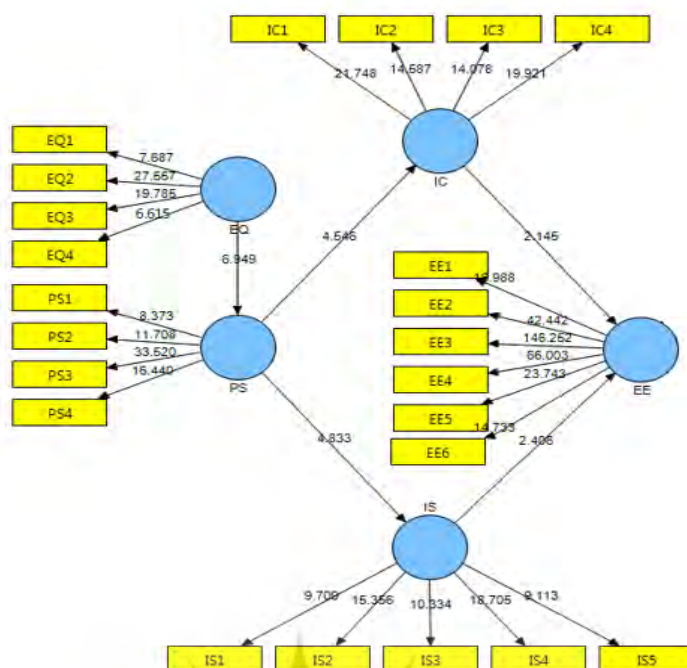
آزمون فرضیات تحقیق

در این قسمت به بررسی آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از نرم افزار PLS می‌پردازیم.

شکل (۱): مدل ساختاری تحقیق همراه با ضرایب استاندارد



شکل (۲): مدل ساختاری تحقیق همراه با ضرایب معناداری



برازش مدل

جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده می‌کنیم.

برازش مدل‌های اندازه‌گیری

پایایی

به منظور بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری تحقیق، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌پردازیم.

روایی همگرا

معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد.

نتایج مربوط به برازش مدل اندازه‌گیری تحقیق در جدول شماره (۱۲) آمده است.

جدول (۱۲): شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

عامل	شاخص	بار عاملی	ضریب آلفای کرونباخ Alpha > 0.7	ضریب پایایی ترکیبی CR > 0.7	میانگین واریانس استخراجی AVE > 0.5
رهبری تحول‌گرا	۱EQ	0.778	0.831	0.877	0.643
	۲EQ	0.890			
	۳EQ	0.820			
	۴EQ	0.709			

۰/۵۶۳	۰/۸۳۷	۰/۷۴۶	۰/۶۵۸ ۰/۷۴۲ ۰/۸۴۲ ۰/۷۴۹	۱PS ۲PS ۳PS ۴PS	چابکی نیروی کار
۰/۶۵۰	۰/۸۸۱	۰/۸۲۲	۰/۸۱۴ ۰/۸۱۸ ۰/۷۷۱ ۰/۸۲۰	۱IC ۲IC ۳IC ۴IC	عملکرد غیرمالی
۰/۵۵۸	۰/۸۶۳	۰/۸۰۴	۰/۷۰۲ ۰/۷۸۳ ۰/۷۴۲ ۰/۷۹۶ ۰/۷۰۸	۱IS ۲IS ۳IS ۴IS ۵IS	عملکرد مالی
۰/۷۳۱	۰/۹۴۲	۰/۹۲۴	۰/۷۹۳ ۰/۸۸۴ ۰/۹۵۱ ۰/۹۲۳ ۰/۸۳۳ ۰/۷۲۵	۱EE ۲EE ۳EE ۴EE ۵EE ۶EE	شهرت شرکت

در ستون سوم جدول شماره (۱۲) ضرایب بارهای عاملی نشان داده شده است. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. در جدول فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۴. بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.

همچنین مطابق ستون چهارم و پنجم جدول فوق، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هر یک از متغیرهای تحقیق آمده است. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود.

ستون آخر جدول مقدار روایی همگرایی متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE، ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌شود.

برازش مدل ساختاری

ضرایب معناداری Z (مقادیر T-Values)

با توجه به شکل شماره (۲)، چون ضرایب t برای تمامی فرضیه‌های تحقیق بیشتر از ۱/۹۶ بدست آمده است، لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن همگی آنها تأیید می‌شود.

معیار R Squares یا ۲R

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب ۲R مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. ۲R معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹،

۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ۲R در نظر گرفته می‌شود. مطابق با شکل شماره (۱)، مقدار ۲R برای سازه‌های درونزای پژوهش محاسبه شده است.

جدول (۱۳): نتایج معیار ۲R برای سازه‌های درونزا

متغیر مکنون	نشان اختصاری	۲R
رهبری تحول گرا	EQ	۰/۱۴۳
چابکی نیروی کار	PS	۰/۱۲۳
عملکرد غیرمالی	IC	۰/۱۱۱
عملکرد مالی	IS	۰/۳۷۵
شهرت شرکت	EE	۰/۴۰۳

برازش مدل کلی

معیار^۱ GOF

برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید.

جدول (۱۴): میزان Communalities و ۲R متغیرهای تحقیق

متغیرهای مکنون	نشان اختصاری	Communalities	۲R
رهبری تحول گرا	EQ	۰/۶۴۳	۰/۰۰۰
چابکی نیروی کار	PS	۰/۵۶۳	۰/۱۴۳
عملکرد غیرمالی	IC	۰/۶۵۰	۰/۱۲۳
عملکرد مالی	IS	۰/۵۵۸	۰/۱۱۱
شهرت شرکت	EE	۰/۷۳۱	۰/۴۰۳

جدول (۱۵): نتایج برازش مدل کلی پژوهش

GOF	R ²	Communalities
۰/۴۰۰	۰/۲۳۱	۰/۶۹۳

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰/۴۰، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

جدول (۱۵): نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

مسیر	نشان	ضریب مسیر	معناداری	نتیجه آزمون
رهبری تحول گرا مدیریت ارشد --- چابکی نیروی کار شرکت	EQ --- PS	۰/۳۷۸	۶/۹۴۹	قبول
چابکی --- عملکرد غیرمالی شرکتها	PS --- IC	۰/۳۵۰	۴/۵۴۶	قبول
چابکی ---- عملکرد مالی شرکتها	PS --- IS	۰/۳۳۳	۴/۸۳۳	قبول
عملکرد غیرمالی شرکتها ---- شهرت شرکت	IC --- EE	۰/۱۶۵	۲/۱۴۵	قبول
عملکرد مالی ---- شهرت شرکت	IS --- EE	۰/۱۷۸	۲/۴۰۶	قبول

¹ Goodness of Fit

نتایج فرضیات تحقیق

فرضیه اول تحقیق

H0: بین چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

مطابق جدول شماره (۱۵) می‌توان گفت ضریب مسیر رابطه میان چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها $0/333$ است. آماره تی برای این ضریب نیز $4/833$ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معنی‌داری یعنی $1/96$ بدست آمده است. لذا فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم تحقیق

H0: بین چابکی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین چابکی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

مطابق جدول شماره (۱۵) می‌توان گفت ضریب مسیر رابطه میان چابکی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها $0/350$ است. قدر مطلق آماره تی برای این ضریب نیز $4/546$ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معنی‌داری یعنی $1/96$ بدست آمده است. لذا فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین چابکی و عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم تحقیق

H0: بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

مطابق جدول شماره (۱۵) می‌توان گفت ضریب مسیر رابطه میان بین عملکرد مالی و شهرت شرکت $0/178$ است. قدر مطلق آماره تی برای این ضریب نیز $2/406$ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معنی‌داری یعنی $1/96$ بدست آمده است. لذا فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم تحقیق

H0: بین عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

مطابق جدول شماره (۱۵) می‌توان گفت ضریب مسیر رابطه میان عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت $0/165$ است. قدر مطلق آماره تی برای این ضریب نیز $2/145$ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معنی‌داری یعنی $1/96$ بدست آمده است. لذا فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

فرضیه پنجم تحقیق

H0: بین رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود ندارد.

H1: بین رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

مطابق جدول شماره (۱۵) می‌توان گفت ضریب مسیر رابطه میان رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت $0/378$ است. قدر مطلق آماره تی برای این ضریب نیز $6/949$ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معنی‌داری یعنی $1/96$ بدست آمده است. لذا فرض H_0 رد و فرض H_1 تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج یافته‌های تحقیق

محصولات با کیفیت بالا، شیوه‌های CSR، و عملکرد مالی قوی می‌توانند به منابع شهرت شرکت‌ها تبدیل شوند (هوانگ و هوانگ، ۲۰۲۰) به دلیل عملکرد مالی بالاتر، شرکت‌ها می‌توانند زیرساخت‌های خود را توسعه دهند، آخرین فناوری‌ها را بپذیرند، کارکنان با استعداد بیشتری را استخدام کنند، به دنبال گسترش بازار باشند، محصولات را متنوع کنند و خدمات رفاهی بیشتری را برای کارکنان ارائه دهند. قابلیت‌های سازمانی از طریق سرمایه فکری بر عملکرد مالی تأثیر می‌گذارد و همچنین این توانایی‌ها باعث افزایش یادگیری و رشد شرکت‌ها می‌شوند.

عملکرد غیرمالی شرکت‌ها شامل سهم بازار، روابط محل کار، توسعه محصول جدید، تحقیق و توسعه، برنامه‌های کاهش هزینه و توسعه پرسنل است. تخصیص منابع به تنوع، آموزش، سلامت و ایمنی کارگران منجر به ایجاد ارزش در یک شرکت می‌شود. نوآوری باز، سرمایه فکری و مدیریت دانش ضمنی تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت دارند. بر این اساس عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی می‌توانند شهرت شرکت را افزایش دهند.

شرکت‌هایی که قادر به پاسخگویی به موقعیت‌های کسب‌وکار در حال تغییر با سرعت و انعطاف پذیری می‌باشند، می‌توانند عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی خود را افزایش دهند. چابکی توانایی یک شرکت برای درک تهدیدها و فرصت‌ها در محیط کسب‌وکار و مقابله با محیط در حال تغییر از طریق انعطاف‌پذیری و سازگاری به نفع خود است چابکی شرکت از دیدگاه منابع انسانی شامل: (۱) پاسخگویی به تغییرات، (۲) شایستگی، (۳) انعطاف‌پذیری، و (۴) سرعت می‌باشد. چابکی شرکت را می‌توان از طریق رهبری، سیستم پاداش، فرهنگ سازمان، تأمین کنندگان، مشتریان، اپلیکیشن‌های فناوری اطلاعات و کارمندان به دست آورد. چارچوب چابکی شرکت دارای سه عامل تعیین کننده است. (۱) نیروی کار مقیاس‌پذیر، (۲) یادگیری سازمانی سریع، و (۳) زیرساخت سازمانی بسیار سازگار. نیروی کار چابک برای ایجاد یک شرکت چابک حیاتی است. چابکی نیروی کار به نحوه برخورد و واکنش کارکنان به تغییرات در شرایط غیرقابل پیش‌بینی بازار بستگی دارد. چابکی نیروی کار شامل کنشگری، انطباق‌پذیری و تاب‌آوری است. فعالیت‌های منابع انسانی مانند استقلال شغلی، غنی‌سازی شغل، مشارکت کارکنان، آموزش کارکنان، مهارت‌های چندگانه و انجام چند وظیفه به چابکی نیروی کار کمک می‌کنند و بنابراین، نیروی کار چابک می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد.

یک نیروی کار چابک می‌تواند به سرعت و کارآمد با تغییرات در محیط کسب‌وکار سازگار گردد (کای و همکاران، ۲۰۱۸) و همچنین می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد. بین چابکی نیروی کار و تعالی شرکت رابطه مثبت وجود دارد. تعالی شرکت منعکس کننده ظرفیت نوآوری، سهم بازار بزرگتر، عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی است (سگارا-ناوارو، سوتو-آکوستا و ونسلی، ۲۰۱۶).

کارکنان از شرکت برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر و مزیت رقابتی پایدار حمایت می‌کنند (کراونز و الیور ۲۰۰۶) که این وضعیت بر شهرت شرکت تأثیر می‌گذارد. چابکی نیروی کار کارکنان را توانمند می‌کند، آزادی و فرصت در تصمیم‌گیری را ارتقا می‌دهد و خلاقیت مربوط به کار و اهداف شرکت را پرورش می‌دهد. یک نیروی کار چابک محصولات، خدمات و راه‌حل‌های جدید را از طریق سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه و خلاقانه خود به بازار ارائه می‌دهد. حتی در شرایط

آشفته بازار، نیروی کار چابک اقدامات لازم را برای حفظ عملکرد شرکت و مزیت رقابتی انجام می‌دهد. چنین ابتکاراتی شهرت شرکت بالاتری را در ذهن ذی نفعان ایجاد می‌کند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲).

کارکنان چابک سود شرکت‌ها را در محیط‌های پویا افزایش می‌دهند و به بهبود کیفیت، خدمات بهتر به مشتریان و وضعیت اقتصادی کمک می‌کنند (سهرابی و همکاران، ۲۰۱۴). آن‌ها به سرعت با فرصت‌ها و شرایط بازار جدید سازگار می‌شوند (مودولی، ۲۰۱۳) و عملکرد شرکت را افزایش می‌دهند. آن‌ها به دلیل کارایی و انعطاف پذیری خود وظایف بیشتری در زمان کمتری انجام می‌دهند. آن‌ها کیفیت وظایف را افزایش می‌دهند که منجر به کاهش هزینه (حسین و یوسفی، ۲۰۱۲) و عملکرد مالی بالاتر می‌شود. آن‌ها حتی سهم بازار را در محیط‌های کسب‌وکار بسیار ناپایدار افزایش می‌دهند (کاتایاما و بنت، ۱۹۹۹). آن‌ها همچنین به اهداف استراتژیک شرکت از نظر هزینه، کیفیت و تنوع دست می‌یابند، بنابراین تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی دارند (هوپ واون، ۲۰۰۴).

مشاهدات فوق بیانگر تأثیر مثبت چابکی نیروی کار بر عملکرد شرکت است. به‌طور مشابه، یک رابطه مثبت بین عملکرد شرکت و شهرت شرکت وجود دارد. ظرفیت بالای نوآوری یک شرکت، خدمات بهتر به مشتریان (فرودی و همکاران، ۲۰۱۶؛ توپلو و همکاران، ۲۰۱۴)، و موقعیت مالی خوب (داولینگ، ۲۰۰۶)، شهرت بهتری ایجاد می‌کند. برخی از محققان استدلال کرده‌اند که رابطه بین عملکرد شرکت و شهرت دو سویه است (پارک و همکاران، ۲۰۱۴). این شواهد نشان می‌دهد که چابکی نیروی کار به‌طور مثبت بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد و عملکرد شرکت شهرت شرکت را بهبود می‌بخشد. همچنین، فرضیه اول بیان می‌کند که (الف) عملکرد مالی و (ب) عملکرد غیرمالی به‌طور مثبت با شهرت شرکت شرکت‌ها و طبق فرضیه دوم، چابکی نیروی کار به‌طور مثبت با (الف) عملکرد مالی و (ب) عملکرد غیرمالی شرکت‌ها رابطه مثبت خواهد داشت (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲).

رهبران تغییر گرا در سطوح بالا می‌توانند با محیط کسب‌وکار پویا سازگار شوند، بر فرآیند تغییر تمرکز کنند و چشم اندازی جدید برای شرکت ایجاد کنند. رهبران تغییر گرا تأثیر ایده آل، انگیزه الهام بخش، تحریک فکری و توجه فردی را پرورش می‌دهند (بأس، ۱۹۸۵). رفتارها و نگرش‌های آرمانی رهبر باعث ایجاد صداقت و مدارا در میان زیردستان می‌شود. چنین رهبرانی به‌طور مستمر در تلاش برای تغییر نگرش زیردستان نسبت به مدیریت تغییر و متقاعد کردن آنها در مورد چشم انداز جدید و پاداش مرتبط برای همه می‌باشند. آمادگی کارکنان برای مدیریت تغییر، آن‌ها را چابک‌تر می‌کند. رهبران تفکر انتقادی و شیوه‌های نوآورانه را (مینمیلیس و همکاران، ۲۰۱۵؛ شافی و همکاران، ۲۰۲۰) در میان کارکنان برای رویارویی با چالش‌ها در یک محیط کسب‌وکار غیرقابل پیش‌بینی تشویق می‌کنند. رهبران تحول‌آفرین محیطی را برای مشارکت و توانمندسازی کارکنان ایجاد می‌کنند. کارکنان توانمند چابک‌تر می‌شوند (مودولی، ۲۰۱۷). رهبری تحول گرا بر اعتماد کارکنان (اسلام و همکاران، ۲۰۲۱) و رفتار فضیلت مدنی تأثیر می‌گذارد (خان و همکاران، ۲۰۲۰). انگیزه درونی رابطه بین رهبری تحول گرا و خلاقیت کارکنان را تعدیل می‌کند (شفیع و همکاران، ۲۰۲۰). رهبری دانش محور و توسعه منابع انسانی از طریق نوآوری سازمانی مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها را ارتقا می‌دهد (بامنیروف و همکاران، ۲۰۲۱) رهبران تحول‌آفرین نوآوری، آموزش و توسعه، تصمیم‌گیری مشارکتی، ارتباطات باز را ترویج می‌کنند و زیردستان آنها مولد می‌شوند (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲).

فرضیه اول تحقیق

بین چابکی و عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
نتایج تحقیق با تحقیق (هوانگ و هوانگ، ۲۰۲۰) (لین و همکاران، ۲۰۱۹) (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲) (مودولی، ۲۰۱۳) (حسین و یوسفی، ۲۰۱۲) (فرودی و همکاران، ۲۰۱۶؛ توپلو و همکاران، ۲۰۱۴) همسو می‌باشد.

فرضیه دوم تحقیق

بین عملکرد مالی و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
نتایج تحقیق با تحقیق (هوانگ و هوانگ، ۲۰۲۰) (لین و همکاران، ۲۰۱۹) (مودولی، ۲۰۱۳) (حسین و یوسفی، ۲۰۱۲) (فرودی و همکاران، ۲۰۱۶؛ توپلو و همکاران، ۲۰۱۴)، (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

فرضیه سوم تحقیق

بین عملکرد غیرمالی شرکت‌ها و شهرت شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
نتایج تحقیق با تحقیق (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲) (حسین و یوسفی، ۲۰۱۲) (فرودی و همکاران، ۲۰۱۶) همسو می‌باشد.

فرضیه چهارم تحقیق

بین رهبری تحول‌گرا مدیریت ارشد با چابکی نیروی کار شرکت رابطه معناداری وجود دارد.
نتایج تحقیق با تحقیق (مینمیلیس و همکاران، ۲۰۱۵؛ شافی و همکاران، ۲۰۲۰) (مودولی، ۲۰۱۷)، (اسلام و همکاران، ۲۰۲۱) (خان و همکاران، ۲۰۲۰) (شفیع و همکاران، ۲۰۲۰) (بامنیروف و همکاران، ۲۰۲۱) (پراساد داس و همکاران، ۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

محدودیت و موانع پژوهش

بیان محدودیت‌ها در گزارش طرح پژوهشی کمک می‌کند تا تصویر واقع‌بینانه‌تری از یافته‌های پژوهش فراهم گردد. این کار سبب می‌شود که خواننده و بررسی‌کننده پژوهش دریابد که با توجه به چه مشکلاتی، درصد انجام پژوهش خود بوده‌ایم، لذا در ارزیابی، قضاوتی معقول‌تر و منصفانه‌تر خواهد داشت (طیبی و همکاران، ۱۳۸۸).
از مهمترین محدودیت‌ها و موانعی که در مسیر این پژوهش وجود داشتند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
✓ کم‌رنگ بودن فرهنگ پژوهش و انگیزه پایین مدیران و سازمان در انجام طرح‌های پژوهشی و عدم همکاری با پژوهشگران.
✓ طولانی بودن بوروکراسی اداری برای گرفتن مجوز، اخذ اطلاعات و توزیع پرسشنامه.
✓ اخذ داده‌ها، محدود به پرسشنامه بوده است.

پیشنهادها بر اساس یافته‌های تحقیق

✓ مدیران درک کنند که فرایند توسعه رهبری برای ایجاد تغییر باید با فرهنگ سازمانی متناسب باشد.
✓ اصلی پژوهشگر، استفاده از پتانسیل‌های موجود در ساختار بندی سازمان، برای تقویت هر چه بیشتر بستر نوآوری در سازمان است.
✓ به مدیران شهرداری کرج توصیه می‌شود برای این که رهبری تحول‌گرا مؤثر باشد، باید چشم انداز روشن و الهام‌بخشی از آینده تیم خود داشته باشد. این چشم‌انداز باید اهداف سازمان را مشخص کند، زیرا به کسب‌وکار و مأموریت کلی سازمان مربوط است. همچنین مدیران باید اصول رهبری تحول‌گرا که مربوط به احترام متقابل، مهارت‌های سازمانی، خلاقیت، مسئولیت و صداقت است را باید مد نظر قرار داشته باشند.

✓ شهرداری باید اعضای خود را در کنفرانس‌ها، مشارکت داده و زمینه را برای بررسی تحقیقات انتشار یافته از سوی سایر سازمان‌های مرتبط، برای آنان فراهم آورد.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- ✓ بررسی مقایسه‌ای تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی سازمان بر شهرت سازمان در سازمان‌های دولتی و خصوصی.
- ✓ بررسی عوامل مؤثر بر شهرت سازمان‌های دولتی.
- ✓ بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی سازمان بر شهرت سازمان با نقش میانجی توانمندسازی کارکنان
- ✓ بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی سازمان بر قصد ترک شغلی کارکنان با نقش میانجی رهبر تحول‌گرا.

منابع

- ✓ خان احمدی، محبوبه، دستگیر، محسن، علی احمدی، سعید، (۱۴۰۰)، بررسی ارتباط سودآوری و شهرت شرکت بر افشای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ایران، فصلنامه اقتصاد مالی سال پانزدهم، شماره ۵۵، صص ۲۶۹-۲۹۵.
- ✓ فراهی، مانا، اکبریور، حسین، (۱۴۰۱)، بررسی رابطه گزارشگری عملکرد پایدار محیطی و عملکرد مالی شرکت: بررسی اثرات شهرت شرکت، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ششم، شماره ۸۶، صص ۸۸۰-۸۹۶.
- ✓ Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2017). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- ✓ Barrick, M. R., Thurgood, G. R., Smith, T. A., & Courtright, S. H. (2015). Collective organizational engagement: Linking motivational antecedents, strategic implementation, and firm performance. *Academy of Management Journal*, 58(1), 111e135.
- ✓ Castro, J. P. G., Ramírez, D. F. D., & Escobar, J. M. (2021). The relationship between intellectual capital and financial performance in Colombian listed banking entities. *Asia Pacific Management Review*, 26(4), 237e247.
- ✓ Dong, Y., Bartol, K. M., Zhang, Z. X., & Li, C. (2017). Enhancing employee creativity via individual skill development and team knowledge sharing: Influences of dual-focused transformational leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 38(3), 439e458.
- ✓ Deephouse, D. L. (2000). Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26(6), 1091e1112. <https://doi.org/10.1177/014920630002600602>
- ✓ Dowling, G. R. (2006). Communicating corporate reputation through stories. *California Management Review*, 49(1), 82e100. <https://doi.org/10.2307/41166372>
- ✓ Gunasekaran, A. (1999). Agile manufacturing: A framework for research and development. *International Journal of Production Economics*, 62(1e2), 87e105. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00222-9](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00222-9)
- ✓ Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 24e30. <https://doi.org/10.1108/13563280110381189>
- ✓ Glinska, M., Carr, S., & Halliday, A. (2012). Workforce agility: An executive briefing. The University of Virginia's Darden School of Business. Retrieved from https://issuu.com/batteninstitute/docs/briefing_agility_feb12.
- ✓ Huang, C. C., & Huang, S. M. (2020). External and internal capabilities and organizational performance: Does intellectual capital matter? *Asia Pacific Management Review*, 25(2), 111e120. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2019.12.001>

- ✓ Lin, L., Hung, P. H., Chou, D. W., & Lai, C. W. (2019). Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan. *Asia Pacific Management Review*, 24(1), 61e71.
- ✓ Muthuveloo, R., Shanmugam, N., & Teoh, A. P. (2017). The impact of tacit knowledge management on organizational performance: Evidence from Malaysia. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 192e201.
- ✓ Kalyan Prasad Das, S. Mukhopadhyay and D. Suar, (2022), Enablers of workforce agility, firm performance, and corporate reputation, *Asia Pacific Management Review*,
- ✓ Lee, O. K., Sambamurthy, V., Lim, K. H., & Wei, K. K. (2015). How does IT ambidexterity impact organizational agility? *Information Systems Research*, 26(2), 398e417. <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0577>
- ✓ Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2019). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077–1093.
- ✓ Sohrabi, R., Asari, M., & Hozoori, M. J. (2014). Relationship between workforce agility and organizational intelligence (Case study: The companies of "Iran High Council of Informatics"). *Asian Social Science*, 10(4), 279e287.
- ✓ Strohmaier, M., & Rollett, H. (2005, July). Future research challenges in business agility-time, control and information systems. In *Seventh IEEE international conference on E-commerce technology workshops* (pp. 109e115). IEEE
- ✓ Sherehiy, B., Karwowski, W., & Layer, J. K. (2007). A review of enterprise agility: Concepts, frameworks, and attributes. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37(5), 445e460. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2007.01.007>
- ✓ Yang, Y., & Driffield, N. (2012). Multinationality-performance relationship. *Management International Review*, 52(1), 23e47. <https://doi.org/10.1007/s11575-011-0095-y>

