

مقاله پژوهشی

بخش‌بندی راهبردی شرکت‌ها جهت پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت

پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۷

دریافت: ۱۴۰۰/۸/۳

امین عارفی^۱
مرتضی ملکی مین باش رزگاه^۲
محمد رضا فتحی^۳ نویسنده مسئول

چکیده

حداقل مربعات جزئی برای آزمون فرضیات، مشخص شد که الگوی پیشنهادی از برازش خوبی برخوردار است. نتایج حاصل از این تحقیق سه گروه از سازمان‌ها را از هم تفکیک نموده است: گروه اول شرکت‌هایی که در پی کارایی بیشتر هستند یا اینکه کارایی اولویت نخست آنها است؛ گروه دوم، سازمان‌هایی هستند که دغدغه رضایت مشتریان در اولویت نخست آنها است؛ گروه سوم، شرکت‌هایی هستند که به دنبال توسعه روابط با شرکای تجاری خود هستند. با توجه به نتایج تحقیق، تاثیر تمامی مولفه‌های پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت بر ابعاد عملکرد، مثبت و معنی‌دار است.

پژوهش حاضر با اولویت‌بندی سه بعد عملکردی کارایی، رضایت مشتریان و توسعه روابط، سازمان‌های استفاده‌کننده از سیستم تدارکات الکترونیک دولت را برای پذیرش و استفاده بیشتر از این سامانه بخش‌بندی کرده است. روش تحقیق این پژوهش، کمی و ماهیت آن توصیفی و از شاخه همبستگی است. جهت گردآوری داده‌های مربوط به متغیرها بر اساس مطالعات پیشین از پرسشنامه استفاده شد. بدین منظور نمونه‌ای به حجم ۱۴۸ نفر از مدیران خرید و تدارکات شرکت‌هایی که تا به حال از سیستم تدارکات الکترونیکی دولت استفاده نمودند با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. با اجرای الگوی معادلات ساختاری با رویکرد

طبقه‌بندی JEL: O47، M20، G10

تدارکات الکترونیکی / عملکرد / کارایی / رضایت مشتری / بخش‌بندی راهبردی

a.arefi@hmu.ac.ir

mmaleki80@semnan.ac.ir

reza.fathi@ut.ac.ir

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

۲. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

۳. دانشیار بخش تخصصی مدیریت صنعتی و فناوری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده‌گان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۱. مقدمه: طرح مسأله

پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی توسط سازمان‌ها، منافع زیادی را برای آن‌ها به دنبال داشته است که از آن جمله می‌توان به کاهش هزینه‌ها، کاهش تشریفات اداری، چرخه زمانی معاملات، امکان پذیر بودن تهیه مستقیم و غیرمستقیم کالا و خدمات، بهبود تعاملات میان تأمین‌کنندگان اشاره کرد. هزینه‌های خرید از بزرگ‌ترین عناصر تشکیل دهنده عملیات بسیاری از سازمان‌ها می‌باشند (علیخانی و معصوم زاده، ۱۳۸۷). تدارکات به معنی تهیه و خرید اقلام و تجهیزات مورد نیاز است که شامل انتخاب تأمین‌کننده، ثبت و بررسی نیازها و درخواست‌های خرید، تأیید سفارش‌ها، پردازش سفارش خرید، اجرای سفارش‌ها، هماهنگی پرداخت قیمت کالاها، بارگیری و دریافت کالاها از راه اینترنت باشد (حاجی‌حیدری و اسحاقی، ۱۳۹۲). پیشرفت در تکنولوژی‌های ارتباطی - اطلاعاتی باعث ایجاد ابزارهای مهمی برای مدیریت کارایی زنجیره تأمین شده است (توکتاس و همکاران، ۲۰۱۴). بسیاری از شرکت‌های جهانی و محلی برای توزیع یکنواخت از فناوری اطلاعات در فرایند تدارکات و سایر سیکل‌های تجاری خود استفاده می‌کنند (موهیا و افنده، ۲۰۱۵). به علت نفوذ اینترنت در تجارت، زنجیره عرضه و فرایند خرید B2B از طریق تدارکات الکترونیکی و در راستای مدیریت تدارکات انجام می‌گیرد؛ این کار به شکلی فعالانه در کره جنوبی، سوئد، سنگاپور، هنگ‌کنگ، انگلستان، آمریکا و ایتالیا استفاده می‌شود (حاجی‌حیدری و اسحاقی، ۱۳۹۲). استفاده از تکنولوژی در سیستم‌های تدارکات الکترونیک به عنوان یک اقدام راهبردی در راستای نوآوری تلقی می‌شود (میشرا و آگاروال، ۲۰۱۰). تدارکات الکترونیکی به دنبال راه‌کار موثرتر از نظر زمان و هزینه است که نیازمند تغییر و تحول بزرگ در روش کسب و کار و خرید کالا است تا هزینه‌های تدارک الکترونیکی را تا حد زیادی کاهش دهد (چین و آهرنس، ۲۰۰۱). پیاده‌سازی سیستم تدارکات الکترونیکی برای سازمان‌های اجراکننده

آن منافع زیادی به دنبال داشته است که از آن جمله می‌توان به کاهش هزینه‌ها، کاهش تشریفات اداری، چرخه زمانی معاملات، امکان پذیر بودن تهیه مستقیم و غیرمستقیم کالا و خدمات، بهبود تعاملات میان تأمین‌کنندگان و غیره اشاره کرد (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ آنجلس و نا، ۲۰۰۷؛ کروون و جوهانسون، ۲۰۰۳). در ادبیات مالی دولتی، دولت در چهار فعالیت عمده اقتصادی درگیر است: (۱) ارائه چارچوب قانونی برای همه فعالیت‌های اقتصادی، (۲) توزیع مجدد درآمد از طریق مالیات و مخارج، (۳) ارائه کالاهای عمومی و خدمات آزادانه در دسترس عموم مانند دفاع ملی، امنیت عمومی، آموزش و پرورش و زیرساخت پل‌ها و جاده‌ها و (۴) خرید کالا، خدمات و دارایی‌های سرمایه. پس تدارکات عمومی، به عنوان یکی از چهار فعالیت عمده اقتصادی دولت محسوب می‌شود (چانگ و وانگ، ۲۰۱۰). فساد یکی از جدی‌ترین مشکلات مؤسسات دولتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از موارد فساد در زمینه خرید کالا و خدمات است. در این راستا، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، به طور خاص تدارکات الکترونیکی یک راه برای جلوگیری از فساد می‌باشد (آچمد و سان‌هویکی، ۲۰۱۵). شفافیت سازمانی ابزاری جهت تأمین اهداف است (درویش و عظیمی، ۱۳۹۵) از طرفی پایه بسیاری از تعامل‌ها و کنش‌های روزمره در جوامع انسانی، چه در زمینه ارتباط‌های میان فردی و چه در حوزه ارتباط‌های تجاری و اجتماعی اعتماد است (قره‌خانی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین در سال‌های اخیر تدارکات الکترونیکی دولت به صورت فزاینده به قسمت مهمی از برنامه‌های الکترونیکی دولت‌های ملی تبدیل شده است زیرا باعث شفافیت، کارایی ارتباط بین تأمین‌کنندگان و اعتماد فی مابین شده است (کوستا و همکاران، ۲۰۱۳؛ کونچا و همکاران، ۲۰۱۰). در این راستا دولت جمهوری اسلامی ایران نیز در سال ۱۳۹۰، به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران آیین‌نامه نحوه

فعالیت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت را آماده نمود تا هزینه‌های خود را کاهش داده و وضعیتی را مهیا نماید تا شرایط بهتری جهت انتخاب خریداران و عرضه‌کنندگان فراهم آید و در نتیجه باعث کیفیت بالاتر، بهبود وضعیت ارسال و تحویل، کاهش امور اداری و هزینه‌های اجرایی شود. تدارکات الکترونیکی، ابعادی مانند حجم (دامنه فعالیت‌های تدارکاتی که با اینترنت انجام می‌شود)، تنوع (دامنه‌ای که انواع مختلف فعالیت‌های تدارکاتی از طریق اینترنت انجام می‌شود)، عمق تدارکات الکترونیکی (میزان به هم آمیختگی و نزدیکی روند تجاری با شرکای تجاری) و وسعت تدارکات الکترونیکی (دامنه ارتباط اینترنتی برقرار شده با شرکای تجاری) را در برمی‌گیرد (باتنبرگ، ۲۰۰۷). اما برای اثربخش بودن این سیستم، قبل از تمرکز بر هر یک از این ابعاد باید به پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی پرداخته شود یعنی قبل از ورود به فاز اجرا بایستی شرایط و تمهیدات لازم برای استقبال خودجوش سازمان‌ها از این سیستم ایجاد شود (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). در ادامه فرضیه‌های پژوهش به صورت ذیل ارائه می‌گردد:

- بعد عوامل محیطی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر کارایی تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل محیطی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل محیطی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر توسعه روابط بین شرکای تجاری تاثیر مثبت دارد.
- بعد درک موانع اجرای پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر کارایی تاثیر مثبت دارد.
- بعد درک موانع اجرای پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت دارد.
- بعد درک موانع اجرای پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر توسعه روابط بین شرکای تجاری تاثیر مثبت دارد.

۲. پیشینه پژوهش

در سال ۲۰۰۸، پژوهشی با عنوان «پذیرش تدارک الکترونیکی در هنگ‌کنگ» با هدف شناسایی عوامل موفقیت و موانع اجرای تدارکات الکترونیکی انجام گرفت و مشخص شد آموزش شرکت‌ها در مورد منافع بلندمدت و کوتاه‌مدت باعث تشویق آنها به اجرا و پذیرش تدارکات الکترونیکی می‌شود (گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸). باتنبرگ (۲۰۰۷)، در پژوهش خود با عنوان "پذیرش تدارکات الکترونیکی توسط شرکت‌های اروپایی" با بررسی ۳۴۷۵ سازمان از هفت کشور اروپایی، نتیجه گرفت که کشورهایی مانند آلمان، انگلستان که پرهیز از عدم اطمینان کمتری دارند، سریع‌تر سیستم تدارک الکترونیکی را می‌پذیرند اما کشورهایی مانند اسپانیا و فرانسه که زیاد مشتاق تغییر نیستند، نرخ پذیرش کمتری دارند (باتنبرگ، ۲۰۰۷). انگلستان در کنار فرانسه و اسپانیا از جمله کشورهایی هستند که بیشترین مقاومت در برابر

- بعد عوامل فنی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر کارایی تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل فنی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل فنی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر توسعه روابط بین شرکای تجاری تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل سازمانی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر کارایی تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل سازمانی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت دارد.
- بعد عوامل سازمانی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت بر توسعه روابط بین شرکای تجاری تاثیر مثبت دارد.

تغییر و پذیرش تجارت الکترونیک را دارند. در نتیجه نیاز به دگرگونی‌های عمیق فرهنگی در بخش دولتی انگلستان وجود دارد تا بتوان تدارکات الکترونیک را در سطحی بالا مورد پذیرش قرار داد (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). چانگ و وانگ (۲۰۱۰) در تحقیقی تحت عنوان "پذیرش تدارکات الکترونیک و مشارکت بازار الکترونیک روی عملکرد شرکت که اعتماد به عنوان تعدیل‌گر در نظر گرفته شده بود" نتیجه گرفت که شرکت‌هایی که مشارکت در بازار الکترونیک داشته‌اند و تدارکات الکترونیک را پذیرفته‌اند عملکرد سازمانی بهتری نیز داشته‌اند (چانگ و وانگ، ۲۰۱۰). در سال ۲۰۰۸، در تحقیقی با عنوان «موافقان و مخالفان پذیرش تدارکات الکترونیک در سنگاپور، یک تحقیق تجربی» فاکتورهای مختلف مرتبط با اتخاذ تدارکات الکترونیک مورد بررسی قرار گرفته و پرسشنامه‌ای برای نظرسنجی و جمع‌آوری اطلاعات از ۱۴۱ شرکت در سنگاپور توزیع گردیده و با استفاده از تحلیل رگرسیون مشخص شده که اندازه شرکت، درجه حمایت مدیریت ارشد، مزایای غیرمستقیم و شریک تجاری بی‌تردید و به‌طور چشم‌گیر با اتخاذ پذیرش تدارک الکترونیک مرتبط هستند. در حالی که نوع صنعت هیچ رابطه‌ای با انتخاب تدارک الکترونیک ندارد (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۹). لقمانی (۱۳۸۷)، در تحقیقی با عنوان "ارائه مدلی از عوامل موثر بر آمادگی الکترونیک جهت پیاده‌سازی، تامین و خرید الکترونیک در صنعت ترانسفورماتورسازی ایران" به ارزیابی الزامات اجرایی سیستم خرید و تامین الکترونیک پرداخت، که آیا شرکت مزبور از آمادگی لازم برای پیاده‌سازی سیستم برخوردار است یا نه؟ و همچنین مطالعه و تحلیل پیش نیازها و الزامات اجرایی سیستم موجب می‌شود تا در صورت تمایل و تصمیم برای به‌کارگیری سیستم خرید و تامین الکترونیک در این شرکت، در هزینه‌های اضافی شرکت صرفه‌جویی متناسب پدید آمده و سیستم در راستای هدف اصلی زنجیره تامین اجرا گردیده است (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). پورکیانی و

همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان "رتبه‌بندی عوامل موثر بر پذیرش تدارکات الکترونیک در سازمان به روش آماری و تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی" این عوامل را در شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران شناسایی نموده است. در این تحقیق سازمان نقش بسیار مهمی در پذیرش و پیاده‌سازی تدارکات الکترونیک در شرکت راه‌آهن دارد، دومین عامل، فناوری تدارکات الکترونیک می‌باشد و کم‌اهمیت‌ترین عامل در پذیرش و پیاده‌سازی تدارکات الکترونیک در سازمان عامل محیط است (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲).

۳. ادبیات نظری پژوهش

خرید سازمانی، فرایند تصمیم‌گیری است که سازمان رسمی به وسیله آن، نیاز به خرید کالا و خدمات را به وجود آورده و آنگاه به تشخیص، ارزیابی و انتخاب بین نام‌های تجاری و فروشنده اقدام می‌کند (کاتلر، ۲۰۰۲). طبق تعریف سازمان جهانی تجارت یکی از انواع خریدهای سازمانی، خریدهای دولتی هستند که دستگاه‌های دولتی برای تامین نیازهای خود و با انگیزه‌های غیرتجاری آن را انجام می‌دهند (علیخانی و معصوم‌زاده، ۱۳۸۷). در اکثر کشورها، سازمان‌های دولتی خریدار بخش عظیمی از کالاها و خدمات هستند و به‌عنوان بزرگ‌ترین گروه مشتریان شناخته می‌شوند (ام سی کارثی و پروال، ۲۰۰۵). فرایند استفاده بهینه از فناوری‌های مبتنی بر وب، در جهت حمایت از شناسایی، ارزیابی، مذاکره و شکل‌بندی گروه‌های تجاری زنجیره عرضه را تدارکات الکترونیک گویند که می‌تواند به تغییرات تقاضای بازار با کارایی بیشتری پاسخ دهد (چانگ و همکاران، ۲۰۱۳؛ هاوکینگ و همکاران، ۲۰۰۴). تدارکات الکترونیک زیرمجموعه تجارت الکترونیک است (وایدیا و کمپبل، ۲۰۱۶). طبقه‌بندی‌هایی برای استراتژی‌های تجارت الکترونیک ارائه شده است که در یک طبقه‌بندی تجارت الکترونیک را به دو بخش تدارکات الکترونیک و همکاری‌های الکترونیک تقسیم

نموده است (گاپتا و ناراین، ۲۰۱۵). سیستم‌های تدارکات الکترونیکی با استفاده از اینترنت که سیستم ارتباطی استاندارد، واقعی، ایمن و معتبری ایجاد می‌کند (تامسون و سینق، ۲۰۰۱)، جریان تامین کالا و خدمات را میان تامین‌کننده و خریدار یکپارچه کرده و با ارائه اطلاعات به موقع و مفید، اثربخشی تصمیمات خرید را افزایش می‌دهند (حاجی حیدری و اسحاقی، ۱۳۹۲؛ رولستاداس و همکاران، ۲۰۱۱). اگر چه تدارکات الکترونیک برای کاهش سیکل زمانی به کار می‌رود، اما آن ابزار مناسبی برای دستیابی به تدارکات پایدار نیز می‌باشد (رامکومار و جنامانی، ۲۰۱۵). سیستم تدارکات الکترونیک باعث می‌شود خریداران و فروشندگان متعدد در قالب یک پلت فرم و بر اساس قیمت پویا با یکدیگر خرید و فروش داشته باشند (الخلیفه و گافران، ۲۰۱۶). تدارکات الکترونیکی در حال تغییر منابع شرکت‌ها با تأکید بر افزایش استفاده از روش‌های نوین تدارکات مانند تبادل الکترونیکی داده، سیستم برنامه‌ریزی منابع شرکت و وب است (اولالکان و ایونز، ۲۰۱۵). سیستم عامل تدارکات الکترونیکی، سلسله وظایفی را بر اساس سیستم‌های الکترونیکی به کار می‌گیرد تا منجر به ارائه خدماتی با امنیت و اعتماد بالا جهت برقراری ارتباط، کنترل، ترمیم و ذخیره‌سازی داده‌ها شود (آگویار کاستا و همکاران، ۲۰۱۳). به دلیل هزینه بالای پیاده‌سازی سیستم‌های الکترونیکی تدارکات (ویلیام و پریسوتی، ۲۰۰۳؛ سیریلوک، ۲۰۱۳؛ آرچر و یوان، ۲۰۰۰) سازمان‌ها برای شروع، از این سیستم در محصولات اداری، رایانه و تجهیزات وابسته و اقلام نگهداری و تعمیرات، سود می‌برند (داویلا و همکاران، ۲۰۰۳). به طور کلی سیستم تدارکات الکترونیک موفق می‌تواند باعث هزینه کمتر معاملات، فرایند سریع‌تر سفارش‌دهی، گزینه‌های بیشتر برای فروشندگان، سیستم تدارکاتی کارآمدتر و استاندارد، بروکراسی کمتر، خریداران بالقوه بیشتر اینترنتی و طراحی دوباره جریان کارها شود (گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸؛ موون، ۲۰۰۵؛ توکتاس و همکاران، ۲۰۱۴؛ کونچا و همکاران، ۲۰۱۰). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که رابطه مستقیمی بین

کیفیت فرایند جریان اطلاعات، کیفیت فرایندهای تحقیق لجستیک و اجرای موفق تدارکات الکترونیکی وجود دارد (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین تدارکات الکترونیکی یکی از ابزارهای تجارت الکترونیکی است که با استفاده از تکنولوژی اینترنت، فعالیت خرید و تامین را در سازمان‌ها مکانیزه می‌کند و ابعادی مثل حجم تدارکات الکترونیکی (دامنه فعالیت‌های تدارکاتی که با اینترنت انجام می‌شود)، تنوع تدارکات الکترونیکی (دامنه‌ای که انواع مختلف فعالیت‌های تدارکاتی از طریق اینترنت انجام می‌شود)، عمق تدارکات الکترونیکی (میزان به هم آمیختگی و نزدیکی روند تجاری با شرکای تجاری) و وسعت تدارکات الکترونیکی (دامنه ارتباط اینترنتی برقرار شده با شرکای تجاری) اشاره کرد (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۹). اما بعد مهم این سیستم، پذیرش آن توسط سازمان‌ها است. تدارکات علاوه بر اینکه مسئول شناسایی نیازهای مشتریان، تبدیل آنها به ویژگی‌های فنی مشخص، تعیین زمان تحویل و ارزیابی رضایت مشتریان از کالاها و خدمات می‌باشد باید با تامین‌کنندگان در زمینه‌های منبع‌یابی، قیمت‌گذاری، سفارش‌دهی و تحویل، تعامل داشته باشد (رابی و همکاران، ۲۰۰۶؛ کارر و اسملتز، ۲۰۰۲). پذیرش تدارکات الکترونیکی یعنی تمایل به اجرای تکنولوژی برای جست و جو، سهمیه‌بندی و به‌دست آوردن کالاها و منابع از طریق اینترنت است (چانگ و همکاران، ۲۰۱۳). مهم‌ترین عواملی که در تحقیقات پیشین به آن پرداخته شده است شامل عوامل فنی، عوامل سازمانی، عوامل محیطی (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۹) و درک موانع اجرایی (گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸) است. فناوری‌های داخلی و خارجی که به صورت دائمی با سازمان مرتبط بوده و در حال حاضر به‌وسیله سازمان‌ها استفاده می‌شود جزء عوامل فنی هستند (خنک و آلهمدج، ۲۰۰۲). برای پذیرش عامل فنی باید مزایای مستقیم، مزایای غیرمستقیم و هزینه‌های پذیرش تدارکات الکترونیکی به روشنی مشخص و کاربران نسبت به آنها آگاهی کافی داشته باشند (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲) از اجرای موفقیت

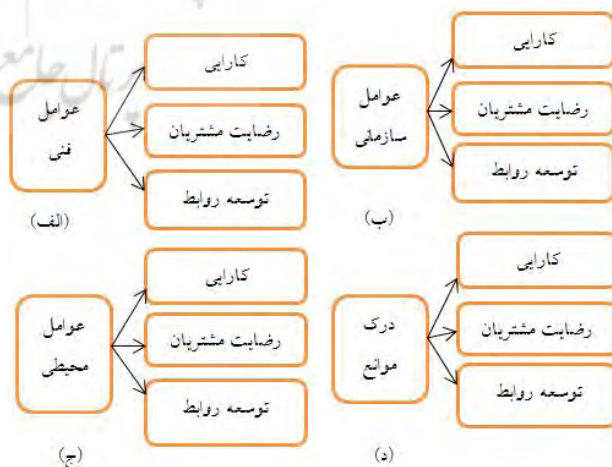
آمیز سیستم تدارکات الکترونیک دولت منافع مستقیم و کوتاه مدتی عاید سازمان‌ها می‌شود که در صورت آگاهی از آنها پذیرش سیستم آسان‌تر خواهد شد که از جمله این منافع کاهش در خطاها و هزینه‌های معاملاتی، پیشرفت کیفیت و دقت اطلاعات و فرایندهای کاربردی سریع‌تر است (تئو و رانگاناسان، ۲۰۰۴). مزایای بلندمدت و غیرمستقیمی که سازمان با پیاده‌سازی این سیستم به دست می‌آورد شامل خدمات بهتر برای مشتری و ارتقای روابط میان شرکای تجاری می‌باشد (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۹؛ کارر و اسملتز، ۲۰۰۲). اما استفاده از این سیستم باعث تحمیل هزینه‌هایی به سازمان می‌شود که آگاهی نسبت به آن‌ها باعث پذیرش سریع‌تر سیستم خواهد شد مانند هزینه اجرا و پیاده‌سازی هزینه تکمیل و نگهداری، هزینه‌های عملیاتی، ساختاری و آموزشی (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۹). اندازه سازمان، حمایت مدیران ارشد و فرهنگ به اشتراک‌گذاری اطلاعات شاخص‌هایی هستند که پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت را از نظر عامل سازمانی تضمین می‌کنند. سازمان‌های بزرگ‌تر نسبت به سازمان‌های کوچک‌تر، سریع‌تر تکنولوژی‌های جدید مانند تدارکات الکترونیک را می‌پذیرند (تئو و رانگاناسان، ۲۰۰۴) زیرا آن‌ها به دلیل دستیابی به منابع بیشتر باید در خط مقدم فناوری‌های جدید باشند (تئو و همکاران، ۲۰۰۸). پشتیبانی مدیران ارشد و تعهد آن‌ها در هر توسعه و فرایند اجرایی از جمله پذیرش سیستم‌های فناوری محور، عامل حیاتی محسوب می‌شود (سانگ و یاپ، ۱۹۹۵). تحقیقات پیشین نشان می‌دهد حمایت مدیران، عامل حیاتی در پذیرش تجارت الکترونیک و توسعه آن می‌باشد (ملکی و اکبرزاده، ۲۰۱۲؛ تئو و رانگاناسان، ۲۰۰۴). این حمایت برای اطمینان از اینکه جو سازمانی خواستار نوآوری‌های فناوری محور بوده و حاضر است منابع سازمان را به این کار اختصاص دهد، لازم است (تئو و همکاران، ۲۰۰۸). یکی دیگر از عواملی که در پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک مهم است، فرهنگ اشتراک‌گذاری اطلاعات است

(گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸). به علت اینکه سیستم تدارکات الکترونیک از طریق اینترنت عمل می‌کند نیاز به اشتراک‌گذاری اطلاعات با دیگر شرکای تجاری (داخلی یا خارجی) دارد. تدارکات الکترونیک تکامل یافته و به منظور تسهیل در مراحل تهیه و ساخت سفارش نیاز به اطلاعات در دسترس در طول زنجیره تامین دارد. بنابراین سازمان‌ها باید به فرهنگ اشتراک‌گذاری اطلاعات نیز توجه کنند و با گوشزد کردن مزایای اشتراک‌گذاری مثل کاهش عدم تقارن اطلاعات یا عدم از دست دادن فرصت‌های پیشرفت و بهبود به این مهم کمک کنند (تئو و همکاران، ۲۰۰۸). یکی از عواملی که باعث عدم شکل‌گیری و حفظ فرهنگ به اشتراک‌گذاری می‌شود، نگرانی‌هایی در مورد امنیت و نشر مسائل محرمانه شرکت‌ها یا افراد است. این مسائل شامل به اشتراک‌گذاری غیرمجاز اطلاعات محرمانه یا الگوی رفتار خرید مشتریان آنلاین می‌باشد (ملکی و اکبرزاده، ۲۰۱۲). تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که شرکای تجاری نقش مهمی در پذیرش سیستم‌های فناوری محور دارند (چئولوس و همکاران، ۲۰۰۱). سازمان‌ها باید تلاش کنند تا شرکای تجاری آن‌ها نیز سیستم تدارکات الکترونیک را به درستی درک و قبول نمایند (تئو و همکاران، ۲۰۰۸). ماهیت ارتباط تامین‌کننده و خریدار تحت تاثیر چگونگی استفاده آن‌ها از فناوری اطلاعات در طول زنجیره تامین می‌باشد (الرام و زسیدیسین، ۲۰۰۲). بخش مهمی از وظایف مدیران شناسایی موانع اجرا سیستم تدارکات الکترونیک دولت است که این موانع ساختاری، استراتژیک، پرسنلی، فرهنگی و غیره است (گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸). تخمین اشتباه کف قیمت، روش‌های نامناسب در قرارداد، نشت اطلاعات، گرفتن رشوه، بی دقتی در نظارت و توزیع از جمله موانعی است که نیاز به توجه ویژه دارد. بعضی از موانعی که در اجرای تدارکات الکترونیک با آن مواجه هستیم شامل عدم منابع کافی، فقدان انگیزه افراد، مقاومت در برابر فناوری‌های جدید و غیره می‌باشد (تئو و همکاران، ۲۰۰۸). بهینه نمودن عملکرد سازمان یکی از اهداف کلیدی

۴. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق با توجه به روش‌های چهارگانه دیدگاه تئوری‌پردازی که شامل بهبود تئوری‌های موجود، مقایسه دیدگاه‌های تئوریک مختلف، بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف و بالاخره بررسی پدیده‌ای مستند در شرایطی جدید، تحقیق حاضر در گروه چهارم قرار می‌گیرد (فلدمن، ۲۰۰۴). این پژوهش از نوع میدانی و از دیدگاه هدف، کاربردی و روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی از شاخه همبستگی است. برای انجام این تحقیق از پرسشنامه‌های سایر مطالعات استفاده شده و پرسشنامه نهایی حاوی ۴۱ سوال (طیف پنج نقطه‌ای لیکرت) در سه بخش می‌باشد. بخش اول مربوط به جنسیت، سن، تجربه و تحصیلات افراد، بخش دوم سوالات مربوط به ابعاد پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت (۲۸ سوال) و بخش سوم سوالات مربوط به ابعاد عملکرد (۹ سوال) است. جامعه آماری این تحقیق، تامین‌کنندگانی هستند که از سامانه تدارکات الکترونیک دولت استفاده نموده‌اند و اعضای جامعه آماری مدیران یا مسئولان خرید و تدارکات آن‌ها می‌باشند. برای جمع‌آوری اطلاعات از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. به دلیل اینکه اطلاعی از واریانس جامعه در دسترس نبوده از فرمول کوکران جهت تعیین حجم نمونه استفاده شده است که در این فرمول با توجه به آمار منتشر شده در سایت سامانه تدارکات الکترونیک دولت، تعداد شرکت‌های فعال ۱۳۳۰ در نظر گرفته شد ($N=1330$). از طرفی چون تخمینی از نسبت موفقیت وجود نداشته است، نسبت موفقیت برابر $p=0.5$ قرار داده شد که در این حالت، حجم نمونه به حداکثر مقدار خود افزایش می‌یابد (آذر و مومنی، ۱۳۸۶). بنابراین بر اساس آلفای ۵ درصد و سطح خطای ۰/۱ با استفاده از فرمول کوکران حداقل نمونه مورد نیاز ۹۶ تخمین زده شد که محقق جهت جامعیت بیشتر تعداد ۲۰۰ پرسشنامه به صورت اینترنتی به شرکت‌ها ارسال و ۱۴۸ پرسشنامه تکمیل شده و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

سازمان‌ها است. بنابراین هر تغییری در فرایند یا تکنولوژی باید اثر مثبت بر عملکرد سازمان داشته باشد. تدارکات الکترونیکی باعث کاهش هزینه‌های فرایندی، کوتاه شدن چرخه سفارش، کاهش هزینه‌های اداری، کاهش هزینه‌های انبارداری و بهبود مدیریت منابع استراتژیک می‌شود که این بهبودها به نوبه خود باعث عملکرد بهتر در زمینه‌های مالی و غیرمالی می‌شود (نتوپان و همکاران، ۲۰۱۴؛ گونشکاران و انگایی، ۲۰۰۸). برای رسیدن به این اهداف باید به عواملی مانند معیارهای فیزیکی، انتقال گام به گام، استفاده از مشوق‌های ترفیعی، حمایت دولت، تعهد مدیران عالی و مکانیسم‌ها و سیستم‌های عملیاتی و نگهداری توجه نمود (فتو و همکاران، ۲۰۰۴). کارایی، فروش بیشتر، رضایت مشتریان و توسعه روابط مهمترین عواملی هستند که بعد از پیاده‌سازی سیستم تدارکات الکترونیکی نشان‌دهنده عملکرد بهتر سازمان‌ها می‌باشند (چانگ و وانگ، ۲۰۱۰). در این پژوهش ضمن بررسی، ماهیت چند بعدی پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت، تاثیر هر یک بر ابعاد عملکردی مهم نیز سنجیده شده است که می‌تواند مطالعات گذشته در این زمینه را کامل نماید. طبق این هدف، مدل تفکیک شده به صورت بخش الف، ب، ج، د طبق نمودار (۱) تدوین گردیده است.



نمودار ۱- مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

روایی پرسشنامه توسط کارشناسان اهل فن تأیید گشت اما محققین به این مورد اکتفا نکرده و از آزمون‌های معتبر آماری نیز استفاده نموده‌اند. طبق اصول آماری میزان روایی همگرا از طریق بیشتر از ۰/۵ بودن میانگین واریانس خروجی یا AVE به دست می‌آید (خیاطان و مبارکی، ۱۳۹۳). روایی واگرا (افتراقی) نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون سنجیده شده و برای هر یک از سازه‌های انعکاسی، جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد (فراهانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی از سه معیار ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی و همسانی درونی (بار عاملی) بر طبق نظر فارل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده

شده است. میزان قابل قبول برای آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۶ و پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ می‌باشد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۲). میزان بار عاملی گویه‌ها که به منظور بررسی همسانی درونی مورد استفاده قرار می‌گیرد و مقدار قابل قبول آن بیش از ۰/۴ می‌باشد. همچنین آماره t آن در سطح خطای ۰/۰۵ باید بالاتر از ۱/۹۶ باشد. به عبارت دیگر پرسش‌هایی که بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۴ یا آماره T آن‌ها بین ۱/۹۶ تا ۱/۹۶- باشد باید حذف گردند. جداول (۱) و (۲) روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق را پس از اصلاح گویه‌های ضعیف، به طور خلاصه نشان می‌دهد که روایی (همگرا، واگرا) و پایایی (بارعاملی، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ) نشانگر مناسب بودن ابزار اندازه‌گیری تحقیق می‌باشد.

جدول ۱- روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری

متغیرهای تحقیق	سوالات	ضریب میانگین واریانس استخراج شده AVE	جذر AVE (روایی واگرا)	بارهای عاملی	آماره t	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	ضریب آلفای کرونباخ
کارایی	karai1	۰/۷۴	۰/۸۷	۰/۸۵۹	۱۳/۷۸۰	۰/۸۹	۰/۸۲
	karai2			۰/۸۷۳	۱۲/۵۹۸		
	karai3			۰/۸۴۷	۹/۶۳۳		
رضایت مشتری	rezayat1	۰/۶۸	۰/۸۶	۰/۸۶۸	۲۰/۰۰۴	۰/۸۷	۰/۷۷
	rezayat2			۰/۷۵۱	۶/۸۲۲		
	rezayat3			۰/۸۳۰	۸/۰۸۵		
بخش الف مدل پژوهش	ravabet1	۰/۶۴	۰/۸۲	۰/۷۵۱	۳/۴۲۰	۰/۸۴	۰/۷۳
	ravabet2			۰/۸۳۶	۱۱/۹۷۲		
	ravabet3			۰/۸۱۸	۹/۸۱۴		
عوامل فنی	dark.hazine	۰/۷۶	۰/۸	۰/۸۷۷	۱۶/۳۵۱	۰/۹۱	۰/۷۳
	mazaya.gher.mos			۰/۹۲۱	۲۵/۷۲۵		
	mazaya.mos			۰/۸۱۹	۸/۹۶۱		
بخش ب مدل پژوهش	karai1	۰/۷۳۸	۰/۸۵	۰/۸۵۸	۱۳/۷۹۰	۰/۸۹	۰/۸۲
	karai2			۰/۸۷۷	۱۳/۹۱۹		
	karai3			۰/۸۴۴	۱۲/۲۰		

ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	آماره t	بارهای عاملی	جذر AVE (روایی واگرا)	ضریب میانگین واریانس استخراج شده AVE	سوالات	متغیرهای تحقیق	
۰/۷۷	۰/۸۷	۲۰/۰۹۴	۰/۸۵۴	۰/۸۲	۰/۶۸۶	rezayat1	رضایت مشتری	بخش ب مدل پژوهش
		۶/۶	۰/۷۸۸			rezayat2		
		۱۰/۷۴۲	۰/۸۴۲			rezayat3		
۰/۷۳	۰/۸۵	۴/۳۸۸	۰/۷۷۵	۰/۸۱	۰/۶۴۷	ravabet1	توسعه روابط	
		۱۲/۸۸۸	۰/۸۳۶			ravabet2		
		۱۱/۷۷۶	۰/۸۰۱			ravabet3		
۰/۸۶	۰/۹۲	۲۶/۱۴۴	۰/۹۱۴	۰/۸۸	۰/۷۸۵	andazeh	عوامل سازمانی	
		۱۵/۷۷۱	۰/۸۶۴			Fahang.eshtrak		
		۱۵/۸۶	۰/۸۷۹			hemayat		
۰/۸۲	۰/۸۹	۲۰/۴۹۱	۰/۸۶۸	۰/۷۵	۰/۷۳۸	karai1	کارایی	
		۱۲/۷۲۲	۰/۸۵۹			karai2		
		۱۳/۷۵۷	۰/۸۵۱			karai3		
۰/۷۷	۰/۸۷	۸/۵۱۹	۰/۸۲۳	۰/۸۲	۰/۶۸۷	rezayat1	رضایت مشتری	بخش ج مدل پژوهش
		۱۳/۰۶۷	۰/۸۲۶			rezayat2		
		۱۱/۵۶۴	۰/۸۳۷			rezayat3		
۰/۷۳	۰/۸۵	۵/۲۱۱	۰/۸۱۱	۰/۸	۰/۶۴۸	ravabet1	توسعه روابط	
		۹/۶۸	۰/۸۱۸			ravabet2		
		۹/۰۱۳	۰/۷۸۷			ravabet3		
۰/۸۱	۰/۸۹	۱۰/۶۶۳	۰/۸۶۱	۰/۸۵	۰/۷۲۹	nofoz1	عوامل محیطی	
		۷/۶۵۱	۰/۸۰۰			nofoz2		
		۲۷/۳۶۹	۰/۹			nofoz3		
۰/۸۲	۰/۸۹	۱۸/۵۸۸	۰/۸۶۸	۰/۸۱	۰/۷۳۸	karai1	کارایی	بخش د مدل پژوهش
		۴/۱۷	۰/۸۶۷			karai2		
		۹/۵۵۴	۰/۸۴۱			karai3		
۰/۸۷	۰/۹۰	۱۶/۵۹۴	۰/۸۷۳	۰/۸۲	۰/۶۵۶	rezayat1	رضایت مشتری	
		۶/۴۳۱	۰/۷۷۴			rezayat2		
		۷/۸۹۲	۰/۸۲۹			rezayat3		

ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	آماره t	بارهای عاملی	جذر AVE (روایی واگرا)	ضریب میانگین واریانس استخراج شده AVE	سوالات	متغیرهای تحقیق	
۰/۷۷	۰/۸۷	۳/۵۷۹	۰/۷۵۱	۰/۸	۰/۶۸۳	ravabet1	توسعه روابط	بخش د مدل پژوهش
		۱۱/۶۸۵	۰/۸۴۹			ravabet2		
		۶/۸۹	۰/۸۰۵			ravabet3		
۰/۷۳	۰/۸۴	۸/۵۷۳	۰/۷۸۴	۰/۸۶	۰/۶۴۵	mavane1	موانع اجرای تدارکات الکترونیکی	
		۵/۸۳۱	۰/۷۶۵			mavane2		
		۱۶/۱۵۲	۰/۸۸۷			mavane3		
		۱۵/۵۹۶	۰/۸۵۲			mavane4		
		۵/۰۶۱	۰/۷۵۵			mavane5		

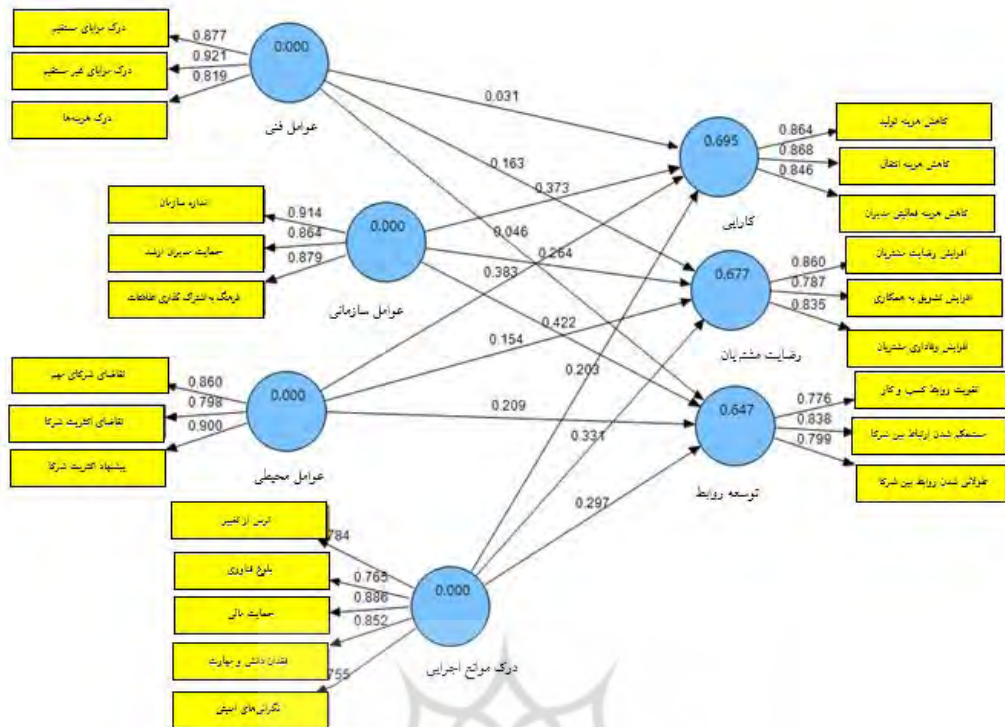
جدول ۲- ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا (افتراقی)

متغیرهای تحقیق	عوامل فنی	عوامل سازمانی	کارایی	موانع اجرایی	عوامل محیطی	رضایت مشتری	توسعه روابط	جذر AVE (روایی واگرا)
عوامل فنی	۱/۰۰۰							۰/۸۷
عوامل سازمانی	۰/۸۲	۱/۰۰۰						۰/۸۸
کارایی	۰/۶۵	۰/۷۵	۱/۰۰۰					۰/۸۵
موانع اجرایی	۰/۷۷	۰/۸۱	۰/۷۴	۱/۰۰۰				۰/۸۲
عوامل محیطی	۰/۵۷	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۶۶	۱/۰۰۰			۰/۸۵
رضایت مشتری	۰/۷۲	۰/۷۶	۰/۷۴	۰/۷۷	۰/۶۳	۱/۰۰۰		۰/۸۳
توسعه روابط	۰/۶۵	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۷۴	۰/۶۴	۰/۷۴	۱/۰۰۰	۰/۸۱

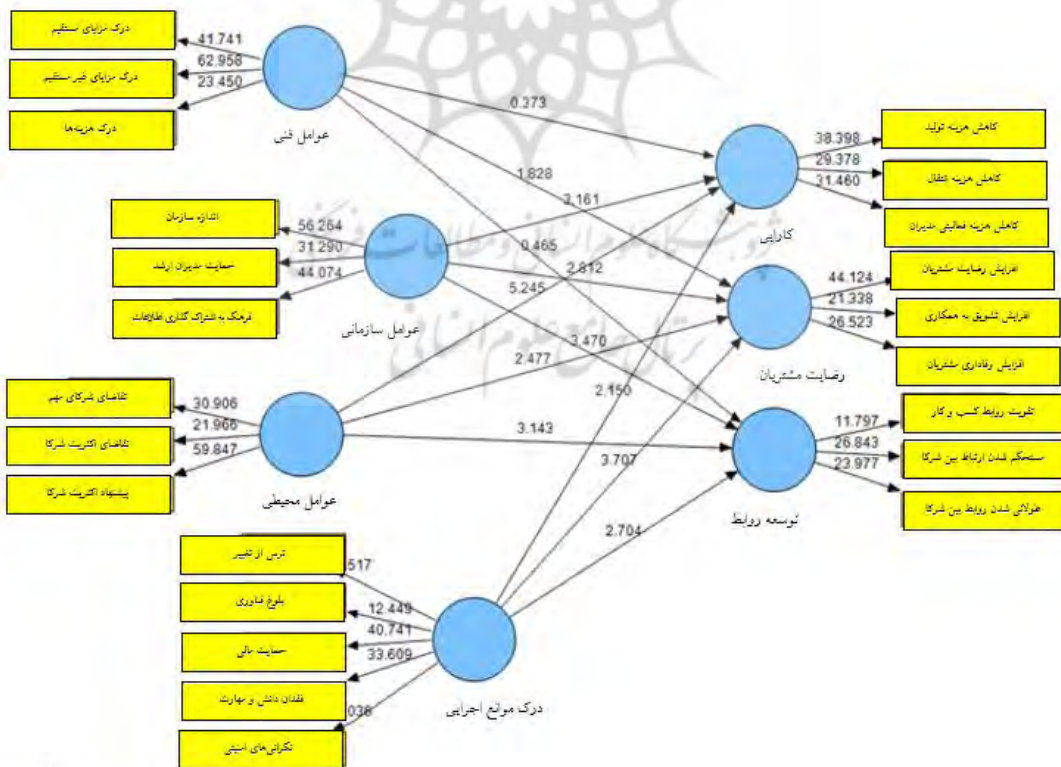
۵. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از ۱۴۸ پاسخگو، ۱۳۶ نفر مردان و فقط ۱۲ نفر از زنان تشکیل می‌داند. اکثریت افراد نمونه در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال بودند (۹۸ نفر). همچنین بیشتر آنان از تحصیلات کارشناسی و بالاتر برخوردار بوده (۱۰۲ نفر) و دارای سابقه کاری پنج سال به بالا بوده‌اند (۱۲۵ نفر). در ادامه سایر یافته‌های پژوهش در قالب برازش مدل ساختاری و کلی تحقیق و بررسی آزمون فرضیات گزارش شده است. نمودارهای زیر استاندارد مدل نهایی جهت برازش مدل را نشان می‌دهد.

جدول روایی (همگرا، واگرا) و پایایی (بارعاملی، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ) فوق نشانگر مناسب بودن ابزار اندازه گیری تحقیق می‌باشد. در این پژوهش، از مدل یابی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس (Smart pls) جهت آزمون فرضیات و صحت مدل استفاده شده است.



نمودار ۲- ضرایب مسیر مدل نهایی



نمودار ۳- مقادیر مدل نهایی

و بخش ساختاری مدل پژوهش، برازش بخش کلی را نیز کنترل کند. توضیحات آن به طور خلاصه در جدول (۳) ارائه شده است:

پس از برازش مدل ساختاری، برازش مدل کلی از طریق شاخص GOF2 ارزیابی می‌شود. این معیار مربوط به بخش کلی معادلات ساختاری است، بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری

جدول ۳- برازش مدل مفهومی

Communality	R ²	سازه	
۰/۷۶	-	عوامل فنی	بخش الف مدل پژوهش
۰/۷۴	۰/۴۲	کارایی	
۰/۶۸	۰/۵۳	رضایت مشتری	
۰/۶۴	۰/۴۳	توسعه روابط	
۰/۷۱	۰/۴۶	میانگین معیارها	
$GOF = \sqrt[2]{Communality \times R^2} = \sqrt[2]{0.32} = 0.56$			
۰/۷۹	-	عوامل سازمانی	بخش ب مدل پژوهش
۰/۷۴	۰/۵۷	کارایی	
۰/۶۸	۰/۵۹	رضایت مشتری	
۰/۶۵	۰/۵۸	توسعه روابط	
۰/۷۴	۰/۵۸	میانگین معیارها	
$GOF = \sqrt[2]{Communality \times R^2} = \sqrt[2]{0.41} = 0.64$			
۰/۷۳	-	عوامل محیطی	بخش ج مدل پژوهش
۰/۷۴	۰/۵۵	کارایی	
۰/۶۹	۰/۴۰	رضایت مشتری	
۰/۶۵	۰/۴۲	توسعه روابط	
۰/۷	۰/۴۶	میانگین معیارها	
$GOF = \sqrt[2]{Communality \times R^2} = \sqrt[2]{0.32} = 0.56$			

Communality	R ²	سازه	
۰/۶۵	-	موانع اجرای تدارکات الکترونیکی	بخش د مدل پژوهش
۰/۷۴	۰/۵۵	کارایی	
۰/۶۸	۰/۶۱	رضایت مشتری	
۰/۶۴	۰/۵۷	توسعه روابط	
۰/۶۸	۰/۵۸	میانگین معیارها	
$GOF = \sqrt[2]{\text{Communality} \times R^2} = \sqrt[2]{0.39} = 0.63$			

اطمینان ۹۵ درصد به شرح جدول (۴) است. با توجه به ضرایب معناداری و t استخراج شده، تاثیر تمامی مولفه‌های پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک دولت بر ابعاد عملکرد، مثبت و معنی‌دار است اما میزان تاثیرات، متفاوت است.

همان طور که جدول (۳) نشان می‌دهد مقدار GOF برای بخش‌های مدل پژوهش به ترتیب برابر با ۰/۵۶، ۰/۶۴، ۰/۵۶ و ۰/۶۳ می‌باشد که نشان‌دهنده برازش بسیار قوی مدل پژوهش است. پس از برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و کلی، محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمون فرضیات تحقیق بپردازد، نتایج فرضیات پژوهش در سطح

جدول ۴- آزمون فرضیات پژوهش

ردیف	فرضیه‌ها	t	β	نتیجه
۱	عوامل فنی <---> کارایی	۵/۴۷	۰/۶۵	تایید
۲	عوامل فنی <---> رضایت مشتری	۶/۴۸	۰/۷۳	تایید
۳	عوامل فنی <---> توسعه روابط	۵/۸۶	۰/۶۶	تایید
۴	عوامل سازمانی <---> کارایی	۸/۱۰	۰/۷۶	تایید
۵	عوامل سازمانی <---> رضایت مشتری	۹/۱۳	۰/۷۷	تایید
۶	عوامل سازمانی <---> توسعه روابط	۹/۴۲	۰/۷۶	تایید
۷	عوامل محیطی <---> کارایی	۷/۱۱	۰/۷۴	تایید
۸	عوامل محیطی <---> رضایت مشتری	۵/۵۵	۰/۶۴	تایید
۹	عوامل محیطی <---> توسعه روابط	۶/۹۰	۰/۶۵	تایید
۱۰	موانع اجرای تدارکات الکترونیکی <---> کارایی	۷/۹۹	۰/۷۴	تایید
۱۱	موانع اجرای تدارکات الکترونیکی <---> رضایت مشتری	۹/۱۰	۰/۷۸	تایید
۱۲	موانع اجرای تدارکات الکترونیکی <---> توسعه روابط	۸/۷۶	۰/۷۵	تایید

۶. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

امروزه ضرورت ایجاد تغییر و استفاده از فناوری اطلاعات در کارها بر هیچ سازمان و دولتی پوشیده نیست اما همیشه تغییر باعث مقاومت کارکنان و سازمان‌ها می‌شود. پیاده‌سازی سیستم تدارکات الکترونیکی دولت نیز از این قاعده مستثنی نیست. سازمان‌ها به دنبال عملکرد و سود مناسب هستند بنابراین اگر آن‌ها این منفعت را درک کنند، مقاومت کمتری نشان داده و با اشتیاق بیشتری این سیستم نوین را می‌پذیرند. طبق پژوهش حاضر مسئولان سامانه تدارکات الکترونیک دولت باید بر چهار بعد پذیرش سیستم تدارکات الکترونیک یعنی عوامل فنی، سازمانی، محیطی و موانع اجرایی تمرکز داشته باشند زیرا آن‌ها باعث رضایت مشتری، کارایی و توسعه روابط بین شرکا و در کل عملکرد بهتر سازمان خواهد شد. اما با توجه به اینکه اهداف سازمان‌ها و شرکت‌ها در تجارت اولویت‌بندی شده است، مسئولان سامانه تدارکات الکترونیک دولت می‌توانند جهت هدفمندسازی برنامه‌های آموزشی یا فرهنگی خود از یافته‌های جدول (۴) برای دسته‌بندی سازمان‌ها استفاده نمایند.

گروه اول شرکت‌هایی که در پی کارایی بیشتر هستند یا این که کارایی اولویت نخست آن‌ها است: با توجه به جدول (۴)، عوامل سازمانی بیشترین تاثیر را بر کارایی می‌گذارند بنابراین مسئولان سامانه تدارکات الکترونیک دولت باید بر این عامل تمرکز داشته باشند در برنامه‌های خود جهت پذیرش این سیستم به عواملی مثل اندازه سازمان، حمایت مدیر ارشد و از همه مهم‌تر فرهنگ

به اشتراک‌گذاری اطلاعات توجه ویژه‌ای داشته باشند. با توجه به ضرایب β جهت پذیرش سیستم توسط این دسته از شرکت‌ها مسئولان سامانه می‌توانند بعد از تمرکز بر عوامل سازمانی به ترتیب بر عوامل محیطی، درک موانع اجرایی و عوامل فنی تمرکز نمایند.

گروه دوم، سازمان‌هایی هستند که دغدغه رضایت مشتریان در اولویت نخست آن‌ها است:

این دسته از شرکت‌ها بیشتر نگران موانع اجرایی هستند و شایسته است مسئولان سامانه در برنامه‌های خود با تمرکز بر کاهش ترس از تغییر یک سیستم، کمک به رسیدن به بلوغ فناوری، حمایت مالی کافی، حمایت دانشی، مهارتی و اطمینان از امنیت سامانه این نگرانی را از این دسته زدوده تا باعث پذیرش سریع‌تر این شرکت‌ها شوند. با توجه به ضرایب β جهت پذیرش سیستم توسط این دسته از شرکت‌ها مسئولان سامانه می‌توانند بعد از تمرکز بر موانع اجرایی به ترتیب بر عوامل سازمانی، عوامل فنی و عوامل محیطی تمرکز نمایند.

گروه سوم، شرکت‌هایی هستند که به دنبال توسعه روابط با شرکای تجاری خود هستند:

در مورد این گروه از شرکت‌ها نیز عوامل سازمانی بیشترین تاثیر را دارد و برنامه‌های دسته اول برای این گروه نیز مناسب خواهد بود اما با توجه به ضرایب β جهت پذیرش سیستم توسط این گروه، مسئولان سامانه می‌توانند بعد از تمرکز بر عوامل سازمانی به ترتیب بر درک موانع اجرایی، عوامل محیطی و عوامل فنی تاکید نمایند. در انتها خلاصه نتایج تحقیق در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۵- خلاصه نتایج پژوهش

عوامل‌های موثر				گروه
اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	
عوامل سازمانی	عوامل محیطی	حذف موانع اجرایی	عوامل فنی	اول: شرکت‌هایی که کارایی را مهم تر می‌دانند.
حذف موانع اجرایی	عوامل سازمانی	عوامل فنی	عوامل محیطی	دوم: شرکت‌هایی که رضایت مشتریان را مهم تر می‌دانند.
عوامل سازمانی	حذف موانع اجرایی	عوامل محیطی	عوامل فنی	سوم: شرکت‌هایی که توسعه روابط بین شرکا را مهم تر می‌دانند.

دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۵(۴)، ۹۸-۷۹.

ملکی، مرتضی؛ عظیم‌الله زارعی و زاهده حاجیلو. (۱۳۹۵). «شناسایی و اولویت‌بندی مشتریان کلیدی بر مبنای ارزش دوره عمر آنها با استفاده از مدل آر.اف.ام (مطالعه موردی: شرکت مخابرات استان قم)»، مجله مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۸(۲)، ۴۷۸-۴۶۱.

Azar, A; Momeni, M. (2007). Application of Statistics in Management 2, Smat press, Tehran, Iran.

Akbari, P; Baharestan; O; Shamei, A. (2013). "Analysis of the Effect of Emotional Intelligence and Organizational Citizenship Behavior on Organizational Conflict Case Study". Journal of Management and Development Process, 26(4).

Binat. (2006). World Trade Organization: Structure, Rules and Agreements, Tehran.

Pourkani, F, Vahdat, D, Askari Moghadam, R., Nazemi, I, Dadashi, A.R. (2013). Ranking of effective factors on e-procurement acceptance in the organization by statistical method and hierarchical analysis analysis process, case study of Railway Company of Iran, Technology Development Quarterly, 9(36), 37-46.

Haji Heidari, N; Eshaghi, F. (2013). Simultaneous Investigation of the Effects of Multiple E-Procurement on Organizational Performance in the Study of Top Three Iranian Companies, Information Technology Management, 5(1), 1-18.

Khayatan, M., Mobaraki, M.H. (2014). Factors Affecting the Entrepreneurial Behavior of Researchers at Tehran University Medical Sciences, Health Journal, 8(3), 198-209.

Darvish, H; Azimi, F. (2016). "Investigating the Effect of Organizational Transparency on Reducing Administrative Corruption by Mediating Organizational Trust (Case Study: Employees of the Fifth Khordad Varamin Hospital)", Journal of Public Administration, 8(1), 166-153.

Alikhani, H; Masoomzadeh, A. (2008). "Organizational Purchasing Concepts and Patterns with Purchasing Approach in Government Organizations", Journal of Business Studies, 32, 43-58.

Gharekhani, B; Taherpour, H; Rahnavar, Farajollah; Mostafavi, F. (2014). "Factors Affecting Trust in Government Organizations in Tehran", Journal of Public Administration, 6(4), 856-829.

Maleki, M; Haji Hosseini, N. (2013). "Investing in

از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به عدم پاسخگویی و همکاری برخی از مدیران جهت تکمیل پرسشنامه و مصاحبه اشاره نمود.

منابع

آذر، عادل و منصور مومنی. (۱۳۸۶). «کاربرد آمار در مدیریت ۲»، انتشارات سمت، تهران.

اکبری، پیمان، امید بهارستان؛ علی شائمی بزکی. (۱۳۹۲). «تحلیل تأثیر هوش هیجانی و رفتار شهروندی سازمانی بر تعارضات سازمانی مطالعه موردی». نشریه فرایند مدیریت و توسعه، ۲۶(۴)، ۷۳-۱۰۰.

پورکیانی، فرانیه، داوود وحدت؛ رضا عسکری مقدم؛ اسلام ناظمی و علیرضا داداشی (۱۳۹۲). «رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر پذیرش تدارکات الکترونیکی در سازمان به روش آماری و تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی، بررسی موردی شرکت راه آهن ج.ا.ا». فصلنامه رشد فناوری، ۹(۳۶)، ۳۷-۴۶.

حاجی حیدری، نسترن و فرهاد اسحاقی. (۱۳۹۲). «بررسی همزمان تأثیر ابعاد چندگانه‌ی تدارکات الکترونیکی بر عملکرد سازمانی در مطالعه سیصد شرکت برتر ایرانی». مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه تهران، ۱۵(۱)، ۱-۱۸.

خیاطان، مهدی و محمدحسن مبارکی. (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه‌ی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران». نشریه پی‌آورد سلامت، ۸(۳)، ۱۹۸-۲۰۹.

درویش، حسن و فاطمه عظیمی زاجکانی. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر شفافیت سازمانی بر کاهش فساد اداری با میانجی‌گری اعتماد سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان بیمارستان پانزده خرداد ورامین)». مجله مدیریت دولتی، ۱۸(۱)، ۱۶۶-۱۵۳.

علیخانی، حمید و ابوالفضل معصوم‌زاده زواره. (۱۳۸۷). «مفاهیم و الگوهای خرید سازمانی با رویکرد خرید در سازمان‌های دولتی». مجله بررسی‌های بازرگانی، ۳۲، ۴۳-۵۸.

فراهانی فرد، سعید؛ امیدعلی عادل؛ محمدرضا فتحی و فرشاد قلی‌پور. (۱۴۰۰). «اثرات تسهیلات پرداختی بانک مسکن بر ارزش افزوده بخش مسکن». بررسی‌های بازرگانی، ۱۹(۱۰۷)، ۶۳-۷۶.

قره‌خانی، بهزاد؛ حبیب‌الله طاهرپور؛ فرج‌الله رهنور و فرخ مصطفوی (۱۳۹۳). «عوامل مؤثر بر اعتماد به سازمان‌های دولتی شهر تهران». مجله مدیریت دولتی، ۴(۴)، ۸۵۶-۸۲۹.

ملکی، مرتضی و نسرین حاجی‌حسینی. (۱۳۹۲). «سرمايه‌گذاري بر شخصيت نام تجاري و اعتبار در تبليغات». مدیریت بازرگانی،

- e-procurement and participation of e-marketplace on firm performance: Trust as a moderator”, *Journal of information & management*, 47, 262-270.
- Chien, T., and Ahrens, D. (2001). E-procurement: the future of purchasing, *Circuits Assembly*, 12 (9), 26-32.
- Chwelos, P., Benbasat I., and Dexter A.S. (2001). Research report: empirical test of an EDI adoption model, *Information Systems Research*, 12(3), 21- 34.
- Concha, G., Astudillo, H., Porrúa, M., and Pimenta, C. (2010). E-Government procurement observatory, maturity model and early measurements, *Government Information Quarterly*, 29, 43- 50.
- Costa, A. A., Arantes, A., and Valadares, T.L. (2013). “Evidence of the impacts of public e-procurement: The Portuguese experience”, *Journal of Purchasing & Supply Management*, 19, 238-246.
- Croom, S., and Johnson, R. (2003). E-service: enhancing internal customer service through e-procurement, *International Journal of Service Industry Management*, 14(5), 539-55.
- Davila, A. Gupta, M., and Palmer, R. (2003). Moving procurement systems to the internet: The adoption and use of E- procurement technology models, *European Management journal*, 21(1), 11- 23.
- Ellram, L.M., and Zsidisin, G.A. (2002). Factors that drive purchasing and supply management’s use of information technology, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 49(3), 269-81.
- Feldman, D. C. (2004). “The devil is in the detail: converting good research into publishable articles”, *Journal of management*, 30(1), 1-6.
- Fu, H.-P., Chang, T.-H., and Wu, W.-H. (2004). an implementation model of an e-procurement system for auto parts: A case study, *Production Planning and Control*, 15(7), 662-670.
- Gunasekaran, A., and Ngai, E.W.T. (2008). Adoption of e-procurement in Hong Kong: An empirical research, *International Journal of Production Economics*, 113, 159-175.
- Gupta, M. & Narain, R. (2015). A fuzzy ANP based approach in the selection of the best E-Business strategy and to assess the impact of E-Procurement on organizational performance, *Information Technology and Management*, 16(4), 339-349.
- Hassana, H., Tretiakov, A., Whiddett, D., and Adon, brand personality and credit in advertising”, *Journal of Business Management*, 5(4), 98-79.
- Maleki, M, Zarei, A; Hajilo, Z. (2016). “Identification and prioritization of key customers based on their lifetime value using the RFM model (Case study: Qom Telecommunication Company)”, *Journal of Business Management*, 8(2), 478- 461.
- Achmad, N & Sunhyuk K. (2015). “Making e-procurement work in a decentralized procurement system: A comparison of three Indonesian cities”. *International Journal of Public Sector Management* 28(3), 198-220.
- Aguiar Costa, A., Arantes, A., and Valadares Tavares, L. (2013). “Evidence of the impacts of public-procurement: The Portuguese experience”. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 19(238), -246.246.
- AlKhalifah, A., & Gufran, A. A. (2016). Modeling of E-procurement System through UML using Data Mining Technique for Supplier Performance, *Software Networking (ICSN)*. International Conference on, Date of Conference: May: 23-26.
- Angeles, R. & Nath, R. (2007). Business-to-business e-procurement: success factors and challenges to implementation, *Supply Chain Management: An International Journal*, 12(2), 104-15.
- Archer, N. and Yuan, Y. (2000). Managing business-to-business relationships throughout the e-commerce procurement life cycle, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy* 10(5), 385-95.
- Batenberg, R. (2007). “E-procurement adoption by European firms: A quantitative analysis Ronald Batenburg”, *Journal of Purchasing & Supply Management*, 13, 182-192.
- Bingham, F., Gomes, R., and Knowles, P. (2005). *Business Marketing* (3rd ed.), McGraw-Hill.
- Carr, A.S., and Smeltzer, L.R. (2002). The relationship between information technology use and buyer-supplier relationships: an exploratory analysis of the buying firm’s perspective, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 49(3), 293-304.
- Chang, H. H., Tsai, Y.-C., and Hsu, C.-H. (2013). E-procurement and supply chain performance, *Supply Chain Management: An International Journal*, 18(1), 34-51.
- Chang, H. H., and Wong, k. H. (2010). “Adoption of

- Assessment Framework Based on DANP and Liberatore Score, *IEEE SYSTEMS JOURNAL*, 9(4), 1554- 1564.
- Rolstadas, A., Hetland, P.W., Jergeas, G.F., and Westney, R.E. (2011). Risk navigation strategies for major capital projects: Beyond the myth of predictability. London, NY: Springer.
- Siriluck, R. (2013). Assessment of e-procurement auction with a balanced scorecard, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43(1), 39-53.
- Siriluck, R. (2013). the governance evidence of e-government procurement, *Transforming Government: People, Process and Policy*, 7(3), 309-321.
- Teo, T.S.H., Lin, S.J., and Lai, K.H. (2008). Adopter and non-adopters of e-procurement in Singapore, *Omega*, 37 (5), 972-987.
- Teo, T.S.H., and Ranganathan C. (2004). Adopters and non-adopters of business-to-business electronic commerce in Singapore, *Information and Management*, 42(1), 89-102.
- Thomson, D., and Singh, M. (2001). an e- procurement model for B2B exchange and the role of e- markets. Sixth annual collector conference on electronic commerce. Coffs harbor, Pacific Bay Resort, 227-237.
- Thompson, S.H., Teo, A., Sijie, L., and Kee-hung, L. (2009). Adopters and non-adopters of e-procurement in Singapore: An empirical study, *Omega*, 37, 972-987.
- Thong, J.Y.L. and Yap C.S. (1995). CEO characteristics, organizational characteristics and information technology adoption in small business, *Omega*, 23(4), 429-442.
- Toktaş, P., SeyhanTeoman, E., and Altunbey, M. (2014). The impact of barriers and benefits of e-procurement on its adoption decision: An empirical analysis, *Int. J. Production Economics*, 158, 77-90.
- Vaidya, K. & Campbell, J. (2016). Multidisciplinary approach to defining public e-procurement and evaluating its impact on procurement efficiency, *Information Systems Frontiers*, (18), 333-348.
- William, D. and Presutti, J. (2003). Supply management and e-procurement: creating value added in the supply chain, *Industrial Marketing Management*, 32 (3).
- I. (2014). Extent of e-procurement use in SMEs: A descriptive study, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 164, 264 - 270.
- Hawking, P.A., Wyld, D., and Foster, S. (2004). "E-procurement: is the ugly duckling actually a swan down under?" *Asia pacific journal of marketing and logistics*, 16(1), 3-26.
- Kheng, C.B., and Al-Hawamdeh, S. (2002). The adoption of electronic procurement in Singapore, *Electronic Commerce Research*, 2, 61-73.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management* (Millennium ed.), Prentice-Hall Inc.
- Maleki, M., and Akbarzadeh, M. (2012). Ethical Challenges: Customers' Rights, *SCMS Journal of Indian Management*, 9(4), 5-21.
- McCarthy, E. J., and Perreault, W. D. (2005). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach* (15th ed.), McGraw-Hill.
- Mishra, A.N., and Agarwal, R. (2010). Technological frames, organizational capabilities, and IT use: an empirical investigation of electronic procurement, *Information Systems Research*, 21(2), 249-70.
- Moon, M.J. (2005). "E-procurement management in state governments: Diffusion of e- procurement practices and its determinants", *Journal of Public Procurement*, 5 (1), 54-72.
- Muhia, D.W., & Afande, F. O., (2015). Adoption of E-Procurement Strategy and Procurement Performance in State Corporations in Kenya (A Case of Kenya Revenue Authority), *Industrial Engineering Letters*, 5(6), 1-25.
- Neupane A., Soar, J., Vaidya, K., and Yong, J. (2014). Willingness to adopt e-procurement to reduce corruption, *Transforming Government: People, Process and Policy*, 8(4), 500-520.
- Olalekan, A.V & Evans, R. D. (2015). Adoption of e-procurement systems in developing countries: A Nigerian public sector perspective. *Knowledge-Based Engineering and Innovation (KBEI)*, International Conference, Date of Conference, 5-6.
- Rai A., Tang X., Brown, P., and Keil M. (2006). Assimilation patterns in the use of electronic procurement innovations: a cluster analysis, *Information & Management*, 43, 336-349.
- Ramkumar, M & Jenamani, M. (2015). Sustainability in Supply Chain Through E-Procurement-An