

### بررسی تأثیر سرمایه‌های انسانی، کمک هزینه‌های دولت و همکاری سازمانی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی نوآوری‌های تکنولوژیک و غیر تکنولوژیک و عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های صادرکننده میوه در شهر تهران)

کیوان درفشیان، دکتر اشرف اشرف پور

#### چکیده

هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر کمک هزینه‌های دولت و همکاری سازمانی با نقش میانجی نوآوری‌های تکنولوژیک و غیر تکنولوژیک و عملکرد سازمانی بر عملکرد صادراتی می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق کارکنان بخش بازرگانی در شرکت‌های صادرکننده میوه بودند که از میان آن‌ها ۲۰۰ نفر به روش خوشه‌ای - تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌های استاندارد بین این افراد توزیع گردید. داده‌های جمع‌آوری شده، به کمک نرم‌افزارهای SPSS و AMOS تجزیه و تحلیل شدند و نتایج به دست آمده نشان داد که کمک هزینه نوآوری بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد. سرمایه انسانی بر نوآوری سازمانی تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین همکاری سازمانی نیز بر نوآوری سازمانی تأثیر گذار است. همچنین نتایج آزمون سوبل نشان داد نوآوری به واسطه بهبود عملکرد سازمانی بر بهبود عملکرد صادراتی تأثیر دارد ولی نتایج این تحقیق تأثیرگذاری نوآوری بر عملکرد صادراتی به طور مستقیم را تأیید نکرد.

**کلیدواژه:** سرمایه‌های انسانی، کمک هزینه‌های دولت، نوآوری تکنولوژیک، نوآوری غیر تکنولوژیک، عملکرد سازمانی، عملکرد صادرات

#### مقدمه

سازمان‌ها در بازارهای بین‌المللی با محیطی پویا مواجه‌اند که همه عوامل دائماً تغییر می‌یابند. با این وجود فعالیت در چنین فضایی می‌تواند فرصتی را برای شرکت‌ها فراهم کند تا با تعامل با نیروهای خارجی مانند مشتریان و رقبا عملکرد خود را بهبود دهند (سانگ و لی، ۲۰۲۰). تحقیقات در مورد فعالیت‌های صادراتی همچنان ادامه دارد، چراکه صادرات اولین گام در فرآیند بین‌المللی‌سازی است. صادرات نقش مؤثری در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد. در خارج از کشور، با توجه به نقش و اهمیت صادرات و شرکت‌های بین‌المللی در رشد کشورها، تحقیقات متعددی در زمینه عملکرد صادراتی و عوامل تعیین‌کننده استراتژی بازاریابی بین‌المللی انجام گرفته است. تحقیق بر روی عملکرد صادراتی به اوایل دهه ۱۹۶۰ برمی‌گردد که برای اولین بار توکی (۱۹۶۴) در تحقیق خود تلاش کرد تا عوامل موثر بر موفقیت صادرات را بررسی نماید (مهدوی ثابت و همکاران، ۱۴۰۰). از طرفی نوآوری یک مزیت رقابتی در بازارهای جهانی ایجاد می‌کند که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد از صرفه‌جویی در مقیاس، سود ببرند و بر محدودیت‌های اندازه بازار داخلی غلبه کنند (سیلوا و همکاران، ۲۰۱۷). رابطه بین نوآوری و عملکرد صادرات به خوبی ثابت شده است (رودیل و همکاران،

<sup>1</sup> Song & Lee

<sup>2</sup> Silva

<sup>3</sup> Rodil

۲۰۱۶). با این حال، این رابطه هنوز به کاوش بیشتر نیاز دارد، زیرا الگوهای صادرات بین شرکت‌های صادرکننده در مناطق مختلف متفاوت است، که می‌تواند بر رابطه بین نوآوری و صادرات تأثیر بگذارد (لاو و همکاران، ۲۰۱۶). به همین ترتیب، درک این رابطه در مورد بازارهای در حال توسعه هنوز به تحقیقات بیشتری نیاز دارد، زیرا شرکت‌های صادرکننده در کشورهای متفاوت درگیر محدودیت‌هایی برای نوآوری و برای صادرات هستند (وادهو و چادهوری، ۲۰۱۸). نوآوری یک قابلیت کلیدی است که می‌تواند مزیت رقابتی پایدار را تقویت کند و ناهمگونی شرکت را در عملکرد صادرات توضیح دهد. از آنجایی که صادرات به‌عنوان اولین حالت ورود به بازار در نظر گرفته می‌شود، درک تأثیر نوآوری بر صادرات بسیار مهم است (اوتیگوئریا - سانچز و همکاران، ۲۰۲۲).

نوآوری عامل مهمی برای رقابت‌پذیری و بقای سازمان‌ها در دنیای امروز است. اصطلاح نوآوری، یک مفهوم وسیع به‌عنوان فرایندی برای استفاده از دانش یا اطلاعات مربوط به منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید است. نوآوری یک قابلیت سازمانی مهم است زیرا موفقیت محصولات جدید موتور محرک رشدی است که بر افزایش فروش سود و قدرت رقابت با بسیاری از سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد (سولیسیتیو، ۲۰۱۶). نوآوری برای هر سازمانی ضروری به نظر می‌رسد و سازمان‌ها نمی‌توانند مثل گذشته صرفاً نقش مکانیکی ایفا کنند، بلکه باید پیوسته خود را با شرایط جدید تطبیق دهند. نوآوری سازمانی یک نظام مدیریتی است که بر رسالت سازمان تأکید دارد، به دنبال فرصت‌های جدید است. به دلیل تمرکز بر جدید بودن، نوآوری درجه‌ای از نااطمینانی و ریسک‌پذیری دارد (دهنوی و همکاران، ۱۳۹۹). از سمتی دیگر می‌توان عنوان نمود که تقویت تحقیق و توسعه با تأمین دولتی به دنبال پشتیبانی از نوآوری‌های آینده با پیش خرید کردن خدمات تحقیق و توسعه تا مرحله تولید نمونه اولیه است (ریگی، ۲۰۱۶). با توجه به آنچه که عنوان شد در این پژوهش به بررسی تأثیرگذاری محرک‌های نوآوری در شرکت‌های صادرکننده میوه در ایران پرداخته می‌شود که تا چه اندازه این نوع محرک‌ها می‌توانند بر بهبود صادرات میوه در کشور ایران که منبع سرشاری از میوه و صیفیجات است، تأثیر داشته باشند؟

### پیشینه و ادبیات تحقیق

**عملکرد صادراتی:** رشد جهانی بازارها و افزایش مشارکت سازمان‌ها در گستره جهانی طی سال‌های گذشته تمایل قابل ملاحظه‌ای را در پژوهش‌های اخیر برای مطالعه عملکرد صادراتی شرکت‌ها ایجاد کرده است. ادبیات در مورد عملکرد صادرات گسترده است، اما هنوز توافق عمومی در بین محققان حاصل نشده است و هیچ رویکردی منحصر به فرد برای توسعه عملکرد صادرات موفق وجود ندارد (دی فتا و همکاران، ۲۰۱۹). منظور از عملکرد صادراتی این است که شرکت تا چه اندازه توانسته اهداف مورد نظر خود را در حوزه صادرات و تجارت بین‌المللی محقق سازد و تا چه اندازه به چشم انداز پیش‌بینی شده دست یابد (آلترن و تودوران، ۲۰۱۶). عملکرد صادراتی حاصل عملیات سازمانی است که شامل دستاوردها و اهداف داخلی و خارجی شرکت است (سروری و رضوانی، ۱۴۰۰). عملکرد صادراتی<sup>۸</sup> عبارت از حدی است که اهداف بنگاه (شامل اهداف راهبردی و اهداف اقتصادی) برای صادرات یک محصول از طریق طرح ریزی و اجرای راهبردهای بازاریابی صادراتی محقق می‌شود. همچنین عملکرد صادراتی دارای ابعاد گوناگونی است یک

<sup>1</sup> Love

<sup>2</sup> Wadho & Chaudhry

<sup>3</sup> Ortigueira-Sánchez

<sup>4</sup> Sulisty

<sup>5</sup> Rigby

<sup>6</sup> Di fatta

<sup>7</sup> Alteren & Tudoran

<sup>8</sup> Exports Performance

شاخص یا یک عامل نمی‌تواند آن را توضیح دهد. واکرو روکرت<sup>۱</sup> (۱۹۸۷) پیشنهاد نمودند که ارتباط و اهمیت ابعاد عملکرد در میان ذینفعان مختلف (سرمایه گذاران، کارمندان، مشتریان) متفاوت است و به اینکه تمرکز بر کوتاه مدت یا بلندمدت باشد، بستگی دارد (صادقی و همکاران، ۱۴۰۰). عملکرد صادراتی از طریق شاخص سطح صادرات اندازه‌گیری می‌شود. سطح صادرات مقدار متوسط نسبت فروش صادراتی به فروش کل در طول یک دوره زمانی (یک سال) است، که به اتکاء اسناد و مدارک و کسب اطلاع از مدیران مسئول اندازه‌گیری می‌شود. تعریف عملیاتی عملکرد صادراتی بدین صورت است، به عنوان فروش بین المللی شرکت شامل سه بعد می‌باشد: فروش صادراتی، سودآوری صادراتی و رشد صادراتی (کایاباسی و متتوا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). نظریه‌های اساسی از جمله دیدگاه مبتنی بر منابع و تئوری مزیت رقابتی پورتر<sup>۳</sup>، بینش مهمی در مورد پدیده چند بعدی صادرات ارائه می‌دهد. اثبات فلسفی و تجربی عناصری از جمله تحقیق و توسعه، عدم قطعیت اقتصاد کلان، شبکه‌ها و همچنین مشخصه‌های داخلی سازمان، که در سطح صنعت و شرکت برای توضیح عملکرد صادرات بسیار مهم هستند را نشان می‌دهد. برای اینکه بنگاه‌ها، صادرات عملیاتی داشته و قادر به استفاده مؤثر و کارا از منابع شرکت باشند، باید قدردان چالش‌های موجود در محیط کلان باشند (کیتونی<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

**عملکرد سازمانی:** عملکرد سازمانی، به چگونگی انجام ماموریت‌ها، وظایف و فعالیت‌های سازمانی و نتایج آن‌ها اطلاق می‌شود. در تعریفی دیگر، عملکرد سازمانی عبارت است دستیابی به اهداف سازمانی و اجتماعی یا فراتر از آن‌ها و انجام مسئولیت‌هایی که سازمان به عهده دارد (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۰). مفهوم عملکرد، با کارایی و اثربخشی تعریف شده است، چون اثربخشی بیانگر میزان دستیابی به اهداف است و کارایی به این موضوع اشاره دارد که منابع از نظر اقتصادی، چگونه برای کسب هدف بکار رفته‌اند و می‌توان آن‌ها را دو بعد مهم عملکرد دانست، یعنی هم علل داخلی مثل کارایی و هم دلایل خارجی مثل اثربخشی برای بخش‌های خاص عملکرد می‌توانند وجود داشته باشند. از این رو، عملکرد تابعی از کارایی و اثربخشی فعالیت‌های صورت گرفته است (دارلینگ<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰). عملکرد سازمانی یکی از مهم‌ترین موضوع‌های مورد بحث در پژوهش‌های مدیریت است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در سازمان‌ها به حساب می‌آید. مفهوم عملکرد سازمانی به دلیل اهمیت بالای بهره‌وری، مورد توجه بسیاری از سازمان‌ها قرار گرفته است (رفیق<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). عملکرد سازمانی به نوعی، نتایج بعد از اتمام کار است و نشان‌دهنده سطحی از دستاوردهای یک شغل، انجام مقررات سازمانی، انتظارات و یا التزامات برای هریک از کارکنان می‌باشد. از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان داده است که عملکرد سازمانی پدیده‌ای چندبعدی و سازه‌ای اجتماعی است؛ که بهبود آن در سازمان، در بخش‌های عینی و ملموس مانند نتایج اقتصادی و مالی در سازمان بروز می‌کند (حسن‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۰).

**سرمایه انسانی:** امروزه توسعه سازمان‌ها مرهون وجود منابع انسانی توسعه‌یافته و توانمندی است که با به کارگیری روش‌ها و رویه‌های علمی و منطقی، اثربخشی اقدامات فردی و سازمانی خود را افزایش می‌دهند و حضور در رقابت‌های جهانی و فراملی را برای سازمان‌ها میسر می‌کنند. به موازات رشد و توسعه فزاینده سازمان‌ها، توسعه و بهسازی منابع انسانی و حرکت به سوی نیروهای دانشگر و حرفه‌ای، ضرورت بیشتری یافته است و دستیابی به نیروهای انسانی متخصص و متعهد، چشم‌انداز تلاش‌های توسعه‌ای

<sup>1</sup> Walker and Ruekert

<sup>2</sup> Export Level

<sup>3</sup> Kayabasi & Mtetwa

<sup>4</sup> Porter

<sup>5</sup> Kitonyi

<sup>6</sup> Darling

<sup>7</sup> Refiq

سازمان‌ها شده است. تحقیقات نشان دهنده نقش و اهمیت نیروی انسانی در رشد و توسعه سازمان هاست و بر این نکته تأکید دارد که هیچ جامعه‌ای توسعه نمی‌یابد، مگر آنکه به توسعه منابع انسانی خود پرداخته باشد (افضلی و همکاران، ۱۴۰۰). سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی سرمایه انسانی را ثروت مولدی می‌داند که به صورت دانش و مهارت در نیروی کار تجسم می‌یابد که می‌تواند از منابع گوناگونی کسب شود. به عنوان مثال این منابع می‌تواند انواع آموزش‌های رسمی و غیررسمی، تجربه، همسالان، خانواده و... را شامل شود، اما بیشترین منبع انباشت سرمایه انسانی آموزش رسمی است (زاغی و همکاران، ۱۴۰۰).

**نوآوری تکنولوژیکی و نوآوری غیر تکنولوژیکی:** نوآوری پذیرش یک ابزار، سیستم، سیاست، برنامه، فرایند، محصول یا خدمت جدید تعریف شده است که می‌تواند داخل سازمان ایجاد شود یا از بیرون خریداری شود و برای سازمان جدید باشد. نظریه‌های مربوط به نوآوری (نظریه نوین یا سیستمی و نظریه یادگیری سازمانی یا سازمان یادگیرنده) بیان کننده آن هستند که نوآوری، به شرکت‌ها توانایی می‌دهد تا بهتر بتوانند به رقابت، تغییرات محیطی و تکنولوژیکی پاسخ داده و با کسب قابلیت‌های جدید، به عملکرد مالی بهتر دسترسی یابند (دیکولیو و تریولر، ۲۰۱۷). نوآوری سازمانی موثر، کلید بقا در محیط رقابتی است (کریستین<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). نوآوری سازمانی اشاره به شیوه‌های مدیریت جدید، بازاریابی جدید و استراتژی‌های جدید شرکت‌ها دارد (هارواس-اولیور و سمپری-ریپول<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵). نوآوری فعالیت پیچیده‌ای است که دانش جدید را برای اهداف تجاری به کار می‌گیرد. بخشی از این دانش از منابع خارجی به دست می‌آید، از این رو توانایی برای بره برداری از دانش خارجی یک عامل حیاتی برای قابلیت‌های نوآورانه است. نوآوری ها، نقش حیاتی و مهم را در مزیت رقابتی شرکت ایفا می‌کنند و می‌توانند اثر قابل ملاحظه‌ای را بر عملکرد شرکت داشته باشند. در بازار رقابتی شرکت‌ها باید دانش خود را به منظور انطباق محصول و فناوری‌های جدید بالا ببرند و دانش به دست آمده را به طور پیوسته با کارکنان خود به اشتراک بگذارند. بر مبنای عامل‌های داخلی سازمان، ماهیت نوآوری می‌تواند شامل نوآوری محصول، فرایند یا فناوری باشد. این عامل‌های داخلی شامل منابع دانش و مهارت، سامانه‌های مدیریت، ارزش‌ها و هنجارها هستند. عامل‌های خارجی نیز وجود دارند که روی نوآوری سازمان اثر می‌گذارند که شامل مشتریان، رقبا، قوانین و فناوری هستند (رحمان سرشت و همکاران، ۱۴۰۰). نوآوری به کارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است که می‌تواند یک محصول جدید، خدمت جدید یا راه حل جدید انجام کارها باشد. نوآوری فرآیند ادراک یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات به بهبود یافته و یا جدید، برای افرادی که خواهان آن‌ها هستند، می‌باشد (تقوایی یزدی، ۱۴۰۰).

هامل و پراهالد<sup>۵</sup> (۱۹۸۹) در مورد قصد فناورانه چنین می‌نویسند: "توانا ساختن یک شرکت برای ایجاد فضای صنعتی جدید و تسهیل خلق بازارهای جدید". مارکیدز<sup>۶</sup> (۲۰۰۰)، نوآوری فناورانه را به منزله یک روش کاملاً متفاوت رقابت در یک صنعت می‌داند که از طریق شکستن قوانین بازی و اندیشیدن به روش‌های پدیدار می‌شود. یک عنصر اصلی از نظر او عبارت است از: "مفهوم سازی مجدد آنچه کسب و کار در مورد آن است و اینکه و اینکه کدام روش منجر به راه متفاوت بازی کردن مسابقه به طور صحیح در صنعت می‌شود. هامل<sup>۷</sup> (۲۰۰۱) بیان می‌دارد که نوآوری فناورانه ظرفیتی برای تصور مجدد مدل موجود صنعت است به روشی که ارزش‌های

<sup>1</sup> OECD

<sup>2</sup> Dekoulou & Trivellas

<sup>3</sup> Christian

<sup>4</sup> Hervas-Oliver Sempere-Ripol

<sup>5</sup> Hamel & Prahalad

<sup>6</sup> Market Risk

<sup>7</sup> Hamel

جدیدی را برای مشتریان ایجاد می کند و ثروت و دارایی جدیدی را برای همه ذی نفعان از طریق اختراع یک محصول یا خدمت تعریف مجدد فضای بازار یا طراحی مجدد مرزهای صنعت تولید می کند. او همچنین این نکته را متذکر می شود؛ هدف نوآوری مدل تجاری این است که یک گوناگونی استراتژیکی بزرگتری را در بازار و محیط رقابتی ایجاد کند. چریتو و مارکیدز (۲۰۰۴) نوآوری فناوری را چنین تعریف می کنند: "نوآوری در مدل تجاری که منجر به یک روش جدید بازی کردن مسابقه می شود و نوآوران استراتژیک به منزله شرکت های حمله کننده که مدل های تجاری متفاوت را به کار می گیرند می باشند." (حمزه ای و پورکیایی، ۱۳۹۷). در واقع استفاده سازمان ها از فناوری اطلاعات پیش برنده مهمی در راستای تولید دانش و پیامدهای نوآورانه در شرکت ها و سازمان های کارآفرین است (دانگ و یانگ، ۲۰۱۹). نوآوری شاهرگ حیاتی توسعه کشورهاست. نوآوری تکنولوژیکی، فرایند غیرخطی و پیچیده ای است که ایده های جدید را به محصول، خدمت و یا فرایند جدید از لحاظ تکنولوژیکی تبدیل می کند. اهمیت نوآوری های تکنولوژیکی در دنیای پرتحول امروزی به اندازه ای حیاتی است که به عقیده پورتر<sup>۲</sup> راز ماندگاری و مزیت رقابتی در دهه اخیر، نوآوری تکنولوژیکی است" (بسطامی، ۱۳۹۱). فرایند نوآوری تکنولوژی، مجموعه ای است پیچیده از فعالیت ها که ایده ها و دانش علمی را به واقعیت فیزیکی و کاربردهایی در دنیای واقعی تبدیل می کند و تغییر شکل می دهد. فرآیندی است که دانش را به کالاها و خدمات مفیدی که اثر اجتماعی اقتصادی دارند تبدیل می کند. فرآیند نوآوری تکنولوژیک هشت مرحله دارد:

5

- **تحقیقات پایه:** هدف از انجام این تحقیقات، افزایش درک کلی نسبت به قوانین طبیعت است. تحقیقات پایه، فرایند خلق دانش در طول زمان است. این نوع تحقیقات ممکن است به کاربردی خاص منجر شوند یا نشوند.
- **تحقیقات کاربردی:** نوعی از تحقیقات هستند که با هدف حل یک یا چند مشکل اجتماعی انجام می شود. این نوع تحقیقات با افزایش منظم دانش و افزودن آن به دانش و افزودن آن به دانش قبلی، موجب پیشرفت علم می گردند.
- **توسعه تکنولوژی:** این عمل فرآیندی است انسانی که دانش و ایده ها را به سخت افزار فیزیکی، نرم افزار یا خدمت تبدیل می کند.
- **اجرای تکنولوژی:** این مرحله، مجموعه ای از فعالیت ها می باشد که با معرفی یک محصول به بازار همراه است. فعالیت هایی هستند که معرفی تجاری کالا یا خدمت را به شکل موفق میسر می سازد. معرفی تجاری محصول به معنی معرفی مواردی همچون هزینه ها، ایمنی و آثار زیست محیطی آن محصول است.
- **تولید:** مجموعه ای از فعالیت هایی است که همراه تبدیل گسترده مفاهیم طراحی یا ایده ها و افکار به کالاها و خدمات انجام می شوند. این مرحله شامل ساخت، کنترل تولید، لجستیک و توزیع است.
- **بازاریابی:** مجموعه ای از فعالیت ها است که تضمین کننده استفاده و استقبال مصرف کنندگان از یک نوع تکنولوژی هستند.
- **گسترش:** انتشار، استراتژی و فعالیت های همراه آن است که استفاده گسترده از یک تکنولوژی و حاکمیت آن در بازار را تضمین می کند.

<sup>1</sup> Dong & Yang

<sup>2</sup> Porter

<sup>3</sup> Basic Research

<sup>4</sup> Applied Research

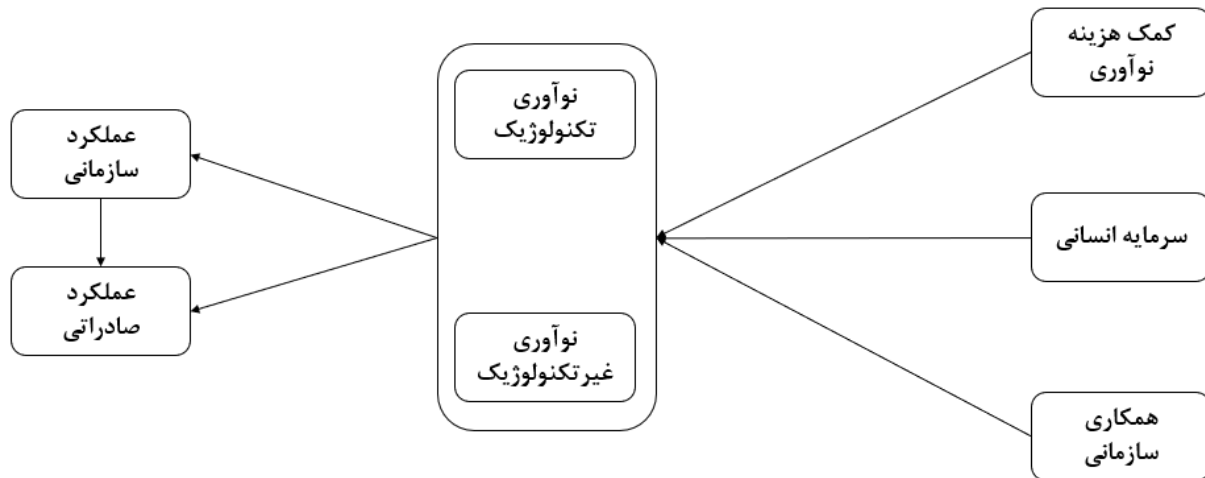
• **اجرای تکنولوژی:** مجموعه‌ای از فعالیت‌ها که به منظور حفظ مزیت رقابتی یک تکنولوژی صورت می‌گیرد. این مرحله شامل بهبود تکنولوژی، طراحی نسل‌های جدید آن، بهبود کیفیت، کاهش هزینه‌ها و تامین نیازهای خاص مشتریان است (آقاجانی و رحمانی، ۱۳۹۴).

اوتیگوئریا - سانچز (۲۰۲۲)، تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر محرک‌های نوآوری بر عملکرد صادراتی، انجام دادند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که یارانه‌های نوآوری، سرمایه انسانی و همکاری دولتی بر انواع نوآوری تأثیر مثبت دارند. به همین ترتیب، انواع نوآوری به طور مثبت بر عملکرد تولید و صادرات تأثیر می‌گذارد. عملکرد تولید واسطه ارتباط بین انواع نوآوری و عملکرد صادرات است. این مقاله تحقیقاتی مطالعه نوآوری و عملکرد صادرات را در زمینه بازار در حال ظهور، که با سیستم نوآوری ضعیف و سرمایه‌گذاری کم بر روی نوآوری مشخص می‌شود، پیش می‌برد. به همین ترتیب، پیامدهای سیاستی هم برای سیاست علم، فناوری و نوآوری و سیاست تجارت خارجی دارد. صادقی و همکاران (۱۴۰۰)، تحقیقی با عنوان تأثیر جهت‌گیری فناوری بر عملکرد صادراتی با تأکید بر نقش میانجی نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت اجتماعی، انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که جهت‌دهی فناوری از طریق نقش میانجی نوآوری بر عملکرد صادراتی صادرکننده محصولات شوینده بر عملکرد صادراتی اثر دارند. با نوآوری بهره‌بردارانه و نوآوری اکتشافی در شرکت‌های صادرکننده محصولات شوینده دارای رابطه مستقیم است. همچنین مسئولیت اجتماعی بر رابطه جهت‌دهی فناوری انواع نوآوری (بهره‌بردارانه و اکتشافی) اثر تعدیل‌گری مثبت دارد به عبارت بهتر در سطوح بالای آن، جهت‌دهی فناوری و انواع نوآوری دارای رابطه دوطرفه قوی تری بودند. رحمان سرشت و همکاران (۱۴۰۰)، تحقیقی با عنوان تبیین ارتباط میان تمرکز نداشتن، مشارکت کارکنان و ظرفیت جذب در نوآوری و عملکرد سازمانی، انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد تمرکز نداشتن، مشارکت کارکنان و ظرفیت جذب با عملکرد نوآوری رابطه معنادار مثبت دارد و عملکرد نوآوری نیز بر عملکرد کسب و کار مؤثر است. حمزه‌ای و پورکیایی (۱۳۹۷)، تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین انواع ریسک‌های حوزه منابع انسانی با نوآوری تکنولوژیک در شرکت‌های دانش بنیان دارویی، انجام دادند. نتایج نشان داد که از میان مؤلفه‌های مؤثر بیشترین تأثیر را ریسک‌های شکاف‌های مهارتی و پس از آن ریسک‌های مالی، ریسک‌های عملیاتی منابع انسانی، ریسک‌های سرمایه انسانی و ریسک‌های رفتاری داشته‌اند. همچنین در مرحله تحقیق بیشترین ریسک مربوط به شکاف‌های مهارتی، در مرحله توسعه بیشترین ریسک مربوط به ریسک‌های عملیاتی منابع انسانی و در مرحله مهندسی بیشترین ریسک مربوط به ریسک‌های رفتاری می‌باشد. حسین صمدی و میرهاشمی (۱۳۹۶)، تحقیقی با عنوان بررسی اثر سیاست‌های مالیاتی بر فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای منبع محور، کارایی محور و نوآور محور، انجام دادند. نتایج نشان داد که اثر نرخ مالیات بر فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای با طبقه‌بندی مختلف متفاوت است، به صورتی که نرخ مالیات در کشورهای منبع محور و کارایی محور بر کارآفرینی اثر منفی و معنی‌داری داشته و در کشورهای نوآور محور این اثر معنی‌دار نبوده است. بر اساس روابط تعریف شده بین متغیرهای تحقیق و با استناد به مقاله اوتیگوئریا - سانچز (۲۰۲۲)، مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق، به صورت ذیل قابل ترسیم است:

6

<sup>1</sup> Ortigueira-Sánchez

<sup>2</sup> Ortigueira-Sánchez



### نمودار شماره ۱: مدل برگرفته از مقاله اوتیگوئریا - سانچز و همکاران (۲۰۲۲)

بر اساس نمودار بالا، اهداف این تحقیق، بر شرح ذیل می‌باشد:

- هدف اول: تعیین تأثیر کمک هزینه نوآوری بر نوآوری سازمانی
- هدف دوم: تعیین تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری سازمانی
- هدف سوم: تعیین تأثیر همکاری سازمانی بر نوآوری سازمانی
- هدف چهارم: تعیین تأثیر نوآوری بر عملکرد صادراتی
- هدف پنجم: تعیین تأثیر نوآوری با نقش میانجی عملکرد سازمانی بر عملکرد صادراتی

و بر اساس اهداف، می‌توان فرضیات این تحقیق را به صورت ذیل عنوان نمود:

- فرضیه اول: کمک هزینه نوآوری بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
- فرضیه دوم: سرمایه انسانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
- فرضیه سوم: همکاری سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
- فرضیه چهارم: نوآوری بر عملکرد صادراتی تأثیر دارد.
- فرضیه پنجم: نوآوری با نقش میانجی عملکرد سازمانی بر عملکرد صادراتی تأثیر دارد.

### روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است، چرا که نتایج به دست آمده از این تحقیق، قابلیت پیاده‌سازی در شرکت‌هایی را دارد که در صادرات و فروش بین‌المللی محصولات خود فعالیت می‌نمایند و می‌تواند راهکارهای مؤثری به منظور بهبود عملکرد صادراتی برای شرکت‌های صادرکننده به همراه داشته باشد. همچنین این تحقیق از نظر شیوه اجرا، از دسته تحقیق‌های توصیفی - پیمایشی است. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه استاندارد است که در مقاله اوتیگوئریا - سانچز<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲)، معرفی شده

<sup>1</sup> Ortigueira-Sánchez



است. این محققین برای سنجش کمک هزینه‌های دولت برای نوآوری، ۲ گزاره؛ برای متغیر سرمایه انسانی، ۳ گزاره؛ برای سنجش متغیر همکاری سازمانی، ۴ گزاره؛ برای سنجش نوآوری تکنولوژیکی ۲ گزاره و برای سنجش نوآوری غیرتکنولوژیکی نیز ۲ گزاره و همچنین برای سنجش عملکرد سازمانی ۶ گزاره و در نهایت برای سنجش متغیر عملکرد صادراتی، ۴ گزاره مطرح نموده اند. در مجموع این پرسشنامه دارای ۲۳ گزاره استاندارد بود که روایی محتوایی سؤالات پرسشنامه به کمک فرم های CVR به تأیید تعدادی از خبرگانی که در شرکت‌های صادرکننده میوه فعالیت می‌کردند، رسید و پس از آن پایایی سؤالات پرسشنامه به کمک شاخص آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. جامعه آماری در این تحقیق، کلیه افرادی بودند که در بخش بازرگانی شرکت‌های صادرکننده فعالیت می‌کردند. با توجه به محدودیت دسترسی به تمامی افرادی که در این بخش ها فعالیت می‌کردند، اعضای جامعه هدف ۴۰۰ نفر در نظر گرفته شد و از بین این افراد ۲۰۰ نفر به روش نمونه گیری خوشه‌ای - تصادفی انتخاب شدند و به منظور انجام تحقیق و دستیابی به روابط موجود در میان متغیرهای تحقیق، پرسشنامه‌های استاندارد بین آن‌ها توزیع گردید. در این تحقیق از تحلیل عاملی استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری شده، در ابتدا وارد نرم‌افزار SPSS و پس از بررسی کفایت حجم نمونه و وضعیت نرمال بودن و یا غیرنرمال بودن داده‌ها، داده‌ها در نرم‌افزار AMOS فراخوانی شد و به کمک این نرم افزار تحلیل‌های آماری نهایی سازی شد.

### یافته ها

۸ در ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق پرداخته شد و به کمک دو شاخص چولگی و کشیدگی و در نرم افزار SPSS این بررسی انجام شد. همچنین در جدول شماره ۱ می‌توان شاخص های کفایت حجم نمونه و بارتلت را نیز که به کمک نرم افزار SPSS ارزیابی شده اند، نیز مشاهده نمود:

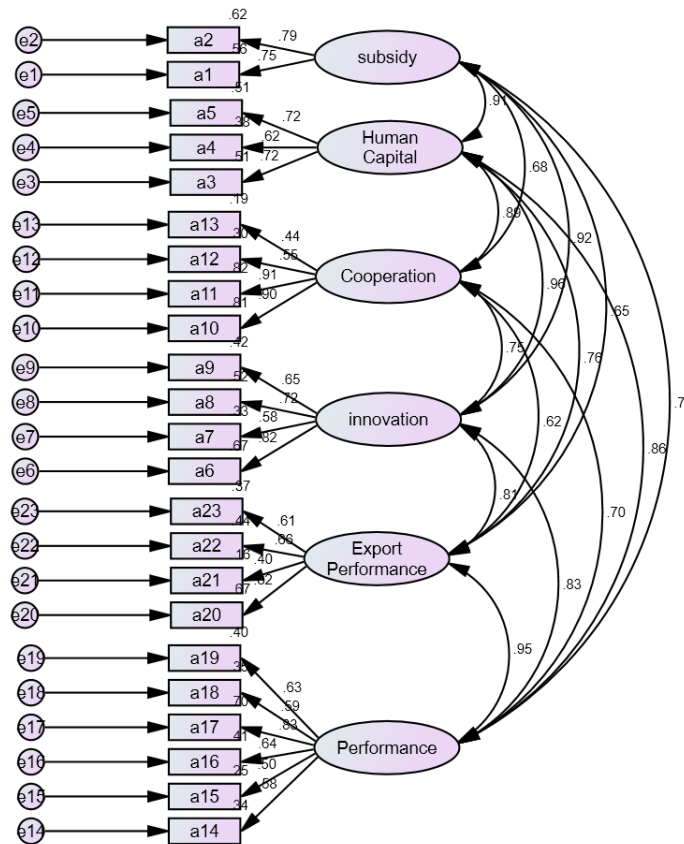
جدول شماره ۱: نتایج بررسی نرمال بودن داده ها، آزمون کفایت حجم نمونه و آزمون بارتلت

سطح معنی داری بارتلت	کفایت حجم نمونه	کشیدگی	چولگی	
۰/۰۰۰	۰/۷۰۰	-۰/۰۹۴	-۰/۴۵۰	کمک هزینه نوآوری
۰/۰۰۰	۰/۷۵۶	۰/۰۸۵	-۰/۳۴۳	سرمایه انسانی
۰/۰۰۰	۰/۷۴۶	-۰/۱۳۰	-۰/۳۴۸	همکاری سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۷۰۰	-۰/۴۰۷	-۰/۵۰۲	نوآوری تکنولوژیکی
۰/۰۰۰	۰/۷۱۰	-۰/۱۸۷	-۰/۳۹۰	نوآوری غیر تکنولوژیکی
۰/۰۰۰	۰/۷۸۹	-۰/۴۱۱	۰/۰۵۴	عملکرد سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۷۰۴	-۰/۳۳۱	۰/۰۸۸	عملکرد صادراتی

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که داده‌های جمع‌آوری شده دارای توزیع نرمال هستند، چرا که مقادیر به دست آمده برای شاخص‌های چولگی و کشیدگی در بازه (۲ و -۲) قرار گرفته اند، لذا می‌توان عنوان نمود که این داده‌ها، نرمال هستند. همچنین با توجه به مقادیر به دست آمده برای شاخص کفایت حجم نمونه، می‌توان این طور بیان نمود که حجم نمونه جمع‌آوری شده برای



تحلیل عاملی مناسب ارزیابی می‌شود، چرا که تمامی مقادیر کفایت حجم نمونه بزرگتر از ۰/۷ به دست آمده‌اند و آخرین ستون جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که داده‌ها قابلیت ورود به معادلات ساختاری را دارند و به کمک نرم افزارهای معادلات ساختاری می‌توان این داده‌ها را تحلیل نمود، چرا که مقادیر سطح معنی‌داری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده‌اند. با توجه به این که توزیع داده‌ها نرمال بود، برای تحلیل فرضیه‌های تحقیق از نرم افزار AMOS استفاده شد. به‌منظور تحلیل عاملی تأییدی تک‌تک متغیرها، لازم است که در ابتدا مدل در حالت اندازه‌گیری ترسیم شود و بارهای عاملی این مدل تحلیل و ارزیابی شوند.



نمودار شماره ۲: تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق با ضریب استاندارد

در جدول زیر می‌توان ضرایب بار عاملی و همچنین مقادیر معناداری را مشاهده نمود:

جدول شماره ۲: بارهای عاملی متغیرهای تحقیق

متغیر	سؤال	آماره تی	سطح معناداری	بار عاملی	نتیجه آزمون
کمک هزینه نوآوری	q1			۰/۷۵۱	تأیید
	q2	۱۰/۱۳۷	***	۰/۷۸۹	تأیید
	q3			۰/۷۱۶	تأیید
	q4	۸/۱۰۷	***	۰/۶۱۸	تأیید



10

نتیجه آزمون	بار عاملی	سطح معناداری	آماره تی	سؤال	متغیر
تأیید	۰/۷۱۶	***	۹/۳۷۷	q5	سرمایه انسانی
تأیید	۰/۸۱۹			q6	نوآوری
تأیید	۰/۵۷۶	***	۸/۲۷۵	q7	
تأیید	۰/۷۲۲	***	۹/۷۶۶	q8	
تأیید	۰/۶۴۸	***	۹/۷۳۷	q9	
تأیید	۰/۸۹۹			q10	همکاری سازمانی
تأیید	۰/۹۰۶	***	۱۸/۷۴۲	q11	
تأیید	۰/۵۴۷		۷/۷۸۱	q12	
تأیید	۰/۴۴۱	***	۶/۱۶۸	q13	عملکرد سازمانی
تأیید	۰/۵۸۰			q14	
تأیید	۰/۴۹۷	***	۵/۸۶۶	q15	
تأیید	۰/۶۴۳	***	۷/۲۳۷	q16	
تأیید	۰/۸۳۴	***	۸/۳۴۸	q17	
تأیید	۰/۵۹۱	***	۶/۵۹۸	q18	
تأیید	۰/۶۲۹	***	۶/۸۰۹	q19	عملکرد صادراتی
تأیید	۰/۸۱۸			q20	
تأیید	۰/۴۰۵	***	۵/۴۳۸	q21	
تأیید	۰/۶۶۴	***	۹/۰۹۶	q22	
تأیید	۰/۶۰۸	***	۸/۶۹۰	q23	

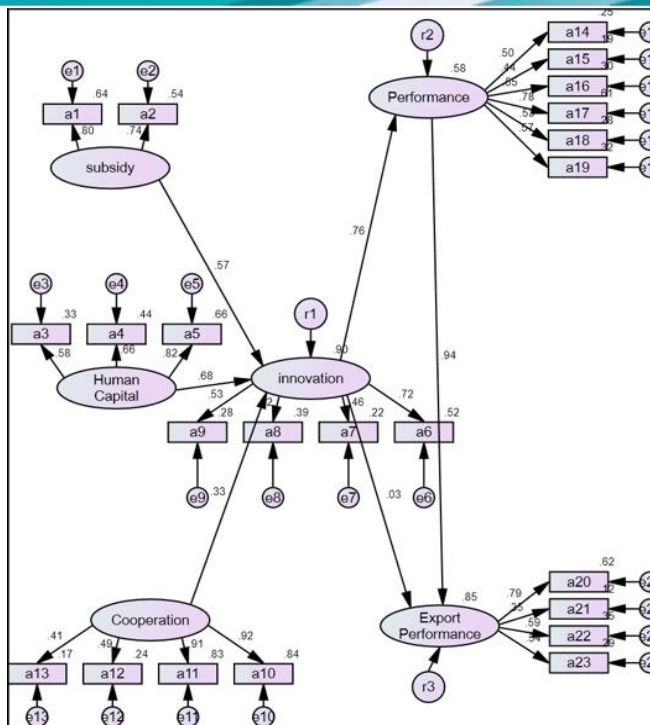
بنابر جدول بالا، تمامی سؤالاتی که دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۴ می‌باشند، مطلوب هستند. همچنین مقدار معناداری سؤالاتی که مطلوب هستند بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشد و سطح معناداری آن‌ها نیز کمتر از ۰/۰۵ است. با توجه به برقرار بودن هر سه شرط عنوان شده، لذا می‌توان عنوان نمود که تمامی سؤالات مدل همگن هستند. در این مرحله لازم است که شاخص‌های برازش بررسی و ارزیابی شوند:

جدول شماره ۳: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

شاخص	معادل فارسی	میزان استاندارد	برازش مدل	نتیجه
<b>NFI</b>	شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت	بزرگ‌تر مساوی ۰/۹	۰/۹۰۱	مطلوب
<b>RFI</b>	شاخص برازش نسبی	بزرگ‌تر مساوی ۰/۹	۰/۹۱۴	مطلوب

شاخص	معادل فارسی	میزان استاندارد	برازش مدل	نتیجه
<b>IFI</b>	شاخص برازش افزایشی	بزرگ تر مساوی ۰/۹	۰/۸۰۱	نامطلوب
<b>TLI</b>	شاخص برازش توکر-لویس	بزرگ تر مساوی ۰/۹	۰/۷۱۶	نامطلوب
<b>CFI</b>	شاخص برازش تطبیقی	بزرگ تر مساوی ۰/۹	۰/۹۲۱	مطلوب
<b>GFI</b>	شاخص نیکویی برازش	بزرگ تر مساوی ۰/۹	۰/۹۱	مطلوب
<b>RMSEA</b>	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۳۲	مطلوب
<b>SRMR</b>	استاندارد ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۱۴	مطلوب
<b>CMIN/DF</b>	نسبت کای دو به درجه آزادی	کمتر از ۲	۰/۶۸۱	مطلوب
<b>p-value</b>	سطح معناداری	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۴۸۲	مطلوب

ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA): این شاخص بر مبنای تحلیل ماتریس باقیمانده قرار دارد و برخلاف بسیاری از شاخص‌های برازش برای فواصل اطمینان مختلف نیز قابل محاسبه است. این شاخص بر مبنای پارامتر غیرمرکزی قرار دارد. مقدار این شاخص اگر برابر صفر باشد نشان‌دهنده کوچک تر بودن کای اسکور نسبت به درجه آزادی می‌باشد و حد مجاز آن مقدار ۰/۰۵ می‌باشد (قاسمی، ۱۳۸۹؛ ص ۱۶۰). بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در جدول فوق، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۰۱ شده است و با توجه به کمتر بودن این مقدار از مقدار ۰/۰۵، مطلوب بودن این شاخص نتیجه می‌گردد. شاخص‌های تطبیقی (CFI, RFI, NFI) و (IFI): مقدار NFI شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت، مقدار RFI شاخص برازش نسبی، مقدار CFI شاخص برازش تطبیقی و مقدار IFI شاخص برازش افزایشی می‌باشد. در جدول فوق، مقدارهای IFI، RFI، NFI، CFI و IFI برابر با ۰/۹۰۱، ۰/۹۱۴، ۰/۹۲۱ و ۰/۸۰۱ شده است و با توجه به بیشتر بودن تمامی این مقدار از مقدار ۰/۹، مطلوب بودن این شاخص‌ها نتیجه می‌گردد و فقط شاخص IFI کمتر از حد مطلوب به دست آمده است، که در این دسته سه شاخص تأیید شده می‌باشند، لذا این شاخص قابل‌اغماض است. کای اسکور بهنجار: این شاخص از تقسیم کای دو به درجه آزادی حاصل می‌شود. دیدگاه‌ها درباره مقدار قابل قبول برای این شاخص متفاوت می‌باشد. برخی بین ۱ تا ۳، برخی بین ۱ تا ۵، برخی کوچک‌تر از ۳ و برخی کوچک‌تر از ۲ را قابل قبول می‌دانند (قاسمی، ۱۳۸۹؛ ص ۱۶۱). در این پژوهش مقادیر کمتر از ۲ به‌عنوان حد مطلوب در نظر گرفته شده است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در جدول فوق، مقدار کای اسکور بهنجار برابر با ۰/۳۹۴ شده است و با توجه به کمتر بودن این مقدار از مقدار ۲، مطلوب بودن این شاخص نتیجه می‌گردد. در کل با توجه به کلیه شاخص‌ها، می‌توان گفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد. در این بخش، بعد از تأیید مدل اندازه‌گیری، می‌توان مدل ساختاری با همان مدل اصلی تحقیق را بررسی و ارزیابی نمود.



نمودار شماره ۳: مدل ساختاری با ضریب استاندارد

با توجه به ضرایب موجود بین متغیرهای تحقیق در نمودار بالا، می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخت. در جدول زیر تمامی روابط موجود در مدل نمایش داده شده است:

جدول شماره ۴: ضرایب مسیر و مقادیر معناداری مدل کلی

نتیجه آزمون	ضریب استاندارد	سطح معناداری	آماره تی	خطای استاندارد	متغیر وابسته	متغیر مستقل
تأیید	۰/۵۶۷	***	۵/۱۸۳	۰/۰۹۴	نوآوری	کمک هزینه نوآوری
تأیید	۰/۳۲۶	***	۳/۶۷۷	۰/۰۵۸	نوآوری	سرمایه انسانی
تأیید	۰/۶۸۴	***	۴/۹۷۴	۰/۱۵۰	نوآوری	همکاری سازمانی
تأیید	۰/۷۵۹	***	۷/۲۳۸	۰/۰۸۴	عملکرد سازمانی	نوآوری
تأیید	۰/۹۴۱	***	۵/۰۸۴	۰/۲۸۱	عملکرد صادراتی	عملکرد سازمانی
رد	۰/۰۲۸	***	۰/۲۰۱	۰/۱۶۶	عملکرد صادراتی	نوآوری

با توجه به خروجی نرم‌افزار آموس و سطوح معناداری، تمامی روابط به غیر از رابطه نوآوری بر عملکرد صادراتی در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید شده‌اند. همچنین می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق به صورت مجزا نیز پرداخت: نتیجه فرضیه اول تحقیق نشان داد که کمک هزینه های نوآوری با ضریب ۰/۵۶۷ به طور معناداری با نوآوری در ارتباط است. همچنین نتایج فرضیه دوم نشان دهنده

تأثیرگذاری مثبت سرمایه انسانی با ضریب ۰/۳۲۶ بر نوآوری می باشد و همچنین همکاری سازمانی می توان با ضریب ۰/۶۴۸ به طور مثبت و معنادار بر نوآوری تأثیرگذار باشد. نتایج فرضیه چهارم تحقیق نشان داد که نوآوری به طور مستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیرگذار نیست و برای بررسی فرضیه پنجم تحقیق از آزمون سوبل استفاده شد. همان طور که در شکل خروجی نرم افزار مشخص است، فرضیه هایی که دارای متغیر میانجی هستند، دارای دو ضریب مسیر و دو مقدار معناداری هستند، لذا برای تصمیم گیری در رابطه با تأیید یا رد فرضیه، لازم است از آزمون کمکی استفاده نمود تا بتوان یک عدد برای مقدار معناداری به منظور رد یا تأیید فرضیه به دست آورد.

$$t_{xy} = \frac{r_x \times r_y}{\sqrt{r_x^2 \times e_y^2 + r_y^2 \times e_x^2}}$$

با جایگذاری در فرمول بالا، می توان مقدار  $t$  رابطه جدید را به دست آورد:

$$t_{xy} = \frac{0.759 \times 0.941}{\sqrt{0.759^2 \times 0.281^2 + 0.941^2 \times 0.084^2}} = \frac{0.714}{0.227} = 3.140$$

با توجه به این که مقدار معناداری بزرگ تر از ۱/۹۶ به دست آمده است، لذا می توان عنوان نمود که فرضیه پنجم تحقیق تأیید می شود و مقدار ضریب مسیر نیز بر طبق فرمول سوبل زیر قابل محاسبه است:

$$r_{xy} = r_x \times r_y$$

با جایگذاری در فرمول بالا، می توان مقدار  $r$  رابطه جدید را به دست آورد:

$$r_{xy} = 0.759 \times 0.941 = 0.714$$

### بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از فرضیه اول نشان داد که کمک هزینه های دولت می تواند بر نوآوری در سازمان های صادرکننده تأثیرگذار باشد. نتایج این فرضیه همسو با نتایج هاریسون<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۱) است. این محققین نیز عنوان نمودند آژانس های نوآوری دولتی، از طریق یارانه های نوآوری، به عنوان یک منبع خارجی برای تقویت نوآوری شرکت، بر نوآوری های فناورانه تأثیر دارند. وی و لیو<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، از طریق چندین مطالعه، رابطه مثبتی را بین یارانه های نوآوری دولتی و نوآوری شناسایی کرده اند. برای مثال، در تحقیقات خود عنوان نمودند شرکت های که دارای یارانه دولتی هستند سریع تر از سایر شرکت ها رشد می کنند، با موفقیت بیشتری به منابع مالی دسترسی پیدا می کنند و بیشتر در فعالیت های نوآورانه سرمایه گذاری می کنند. هال<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که شرکت ها با دریافت یارانه دولتی، فعالیت های نوآورانه خود را تقویت می کنند. وی و لیو (۲۰۱۵) رابطه مثبتی بین یارانه های نوآوری دولتی و انواع نوآوری در شرکت های چینی یافتند. ژو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۸) و لیو<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۸) نیز رابطه مثبتی بین یارانه های دولتی و نوآوری فناورانه یافتند. گوو<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند که شرکت های دریافت کننده یارانه های دولتی خروجی های

<sup>1</sup> Harrison

<sup>2</sup> Wei, J., Liu

<sup>3</sup> Hall

<sup>4</sup> Zhu

<sup>5</sup> Liu

<sup>6</sup> Guo

نوآوری بیشتری نسبت به شرکت‌های غیر پارانه‌ای تولید می‌کنند. این یافته‌ها نیز همسو با نتایج تحقیقات فناورانه لی و جف<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) و یائو و همکاران (۲۰۱۵) و باسیت و همکاران (۲۰۱۸) می‌باشد. نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه دوم نشان داد که سرمایه انسانی نیز بر نوآوری تأثیرگذار است و نتایج به دست آمده از این فرضیه همسو با نتایج تحقیق بارنی<sup>۴</sup> (۱۹۹۱)، می‌باشد. این محقق عنوان نمود که سرمایه انسانی برای نوآوری سازمانی به شدت اهمیت دارد زیرا منابع انسانی، یک منبع ارزشمند، کمیاب، تکرار نشدنی و قابل بهره‌برداری و همچنین به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار برای شرکت می‌باشند. همچنین الیسون<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۲)، عنوان نمودند بهره‌وری سرمایه انسانی تأثیر مثبتی بر صادرات دارد. ژو و همکاران (۲۰۱۸)، نیز در تحقیق خود بیان نمودند که کارکنان تحقیق و توسعه تأثیر مثبتی بر عملکرد نوآوری دارند شدت صادرات را افزایش می‌دهند. از نظر کشورهای در حال توسعه چادهوری و وادهو (۲۰۱۸)، در مطالعه خود که بر روی تولیدکنندگان پاکستانی انجام دادند، عنوان نمودند که بهره‌وری نیروی کار منجر به خروجی‌های نوآوری می‌شود. سانتوس و همکاران (۲۰۱۴) نیز نشان داد که سرمایه انسانی به طور قابل توجهی بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های برزیلی تأثیر می‌گذارد و هرنندیا و همکاران (۲۰۱۸)، نیز دریافتند که سرمایه انسانی به طور مثبت بر نوآوری محصول در شیلی تأثیر می‌گذارد. به طور مشابه، واله<sup>۶</sup> (۲۰۱۶) عنوان کرد که سرمایه انسانی به طور مثبت بر نوآوری محصول می‌گذارد و تأثیر غیرمستقیم بر عملکرد صادرات دارد. در نهایت، اورتیگویریا-سانچز و همکاران (۲۰۲۰)، عنوان نمودند که فعالیت‌های آموزشی انجام شده در شرکت‌ها به طور مثبت بر نوآوری تأثیر می‌گذارد. نتایج به دست آمده از فرضیه سوم نشان داد که همکاری سازمانی می‌تواند بر نوآوری تأثیرگذار باشد. نتایج این فرضیه همسو با نتایج کولاد<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، می‌باشد. با توجه به اینکه نوآوری می‌تواند یک فرآیند یادگیری غیرخطی باشد، نوآوری موفق مستلزم آن است که شرکت‌ها از دانش بیرونی بهره‌برداری و استفاده کنند. به همین ترتیب، نوآوری یک فرآیند اجتماعی و فنی است که می‌تواند از طریق شبکه‌ها و پیوندهای سازمانی بهبود یابد و تولید این دانش به فراوانی و تراکم تعاملات شرکت‌ها با منابع خارجی (یعنی تامین کنندگان، مشتریان، رقبای، دانشگاه‌ها، مؤسسات مالی و انجمن‌های صنعتی) بستگی دارد. همچنین ون همرت<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، نیز بیان نمودند که همکاری با منابع خارجی، شرکت‌ها می‌توانند دانش را به دست آورند و ظرفیت جذب خود را افزایش دهند. همچنین هردیا<sup>۹</sup> و همکاران (۲۰۱۸) نیز دریافتند که همکاری تأثیر مثبتی بر محصول، فرآیند و نوآوری سازمانی دارد. نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه چهارم نشان داد که نوآوری به طور مستقیم با عملکرد صادراتی در ارتباط نمی‌باشد و نتایج این فرضیه ناهمسو با نتایج پلاباربر و آلجرا<sup>۱۰</sup> (۲۰۰۷)، می‌باشد. این فرضیه نشان داد که نوآوری، بدون برنامه‌ریزی و عملکرد صحیح در سازمان نمی‌تواند پیش برنده صادرات و بهبوددهنده عملکرد صادراتی در شرکت‌های صادرکننده ایرانی باشد؛ چرا که در ابتدا نوآوری بایستی ارکان داخلی سازمان و عملکرد سازمانی را بهبود بخشد و به کمک بهبود عملکرد سازمانی به بهبود عملکرد صادراتی کمک نماید. نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه پنجم تحقیق نشان داد که نوآوری از طریق بهبود عملکرد سازمانی می‌تواند بر بهبود عملکرد صادراتی تأثیر معنی‌داری داشته باشد. نتایج

<sup>1</sup> Le & Jaffe

<sup>2</sup> Yao

<sup>3</sup> Basit

<sup>4</sup> Barney

<sup>5</sup> Eliasson

<sup>6</sup> Santos

<sup>7</sup> Heredia

<sup>8</sup> Valle

<sup>9</sup> Kolade

<sup>10</sup> Van Hemert

<sup>1</sup> Heredia

<sup>1</sup> Pla-Barber & Alegre

این فرضیه همسو با نتایج اورا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶) است. این محققین در مطالعه‌ای در مورد شرکت‌های کوچک و متوسط برزیل، دریافتند که تجربه بین‌المللی تأثیر بیشتری بر عملکرد صادرات نسبت به خود ظرفیت نوآوری دارد. اندازه‌گیری آن‌ها از ظرفیت نوآوری شامل آزمایش ظرفیت بازاریابی و تولید بر روی عملکرد صادراتی بود. گوان و ما<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) با انعکاس این یافته‌ها در مطالعه شرکت‌های چینی دریافتند که نرخ عملکرد صادرات به طور قابل توجهی با تولید، بازاریابی و قابلیت‌های تحقیق و توسعه بهبود می‌یابد. همچنین در مطالعه‌ای بر روی شرکت‌های تولیدی ترکیه، که توسط کارابولوت<sup>۳</sup> (۲۰۱۵)، به انجام رسید مشخص شد که نتایج نوآوری هم عملکرد تولید و هم عملکرد بازاریابی را بهبود می‌بخشد و این بهبود منجر به بهبود فروش محلی و صادرات می‌شود. همچنین اوتیگوئریا - سانچز<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۲)، نیز در تحقیق خود عنوان نمودند که نوآوری به کمک عملکرد سازمانی می‌تواند بر عملکرد صادراتی تأثیر معنی‌داری داشته باشد.

**پیشنهادات کاربردی:** با توجه به نتایج به دست آمده از فرضیه اول تحقیق و بارهای عاملی گویه‌های اول و دوم پیشنهاد می‌شود که دولت بیش از پیش به ارائه سوبسید و یارانه‌ها و کمک‌های مالی به شرکت‌های صادرکننده بپردازد تا بتوانند در جهت تقویت نوآوری برنامه‌ریزی و اقدام نمایند و در نهایت بتوانند عملکرد صادراتی مطلوب‌تری داشته باشند. با توجه به فرضیه دوم تحقیق و با توجه به بارهای عاملی سوم و پنجم پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های صادرکننده، در جهت جذب و استخدام نیروی کار حرفه‌ای و تخصصی، اهتمام کافی را به کار ببندد تا بتواند به کمک نیروهای تحقیقات بازار و از طریق شناسایی بازارهای بکر و همچنین محصولاتی که در کشورهای مبدأ طرفدار بیشتری دارد، به تولید و نوآوری دست بزنند. با توجه به نتایج به دست آمده برای فرضیه سوم و با توجه به گویه‌های دهم و یازدهم پیشنهاد می‌شود روابط با دانشگاه‌ها، مؤسسات تحقیقاتی، مؤسسات آموزشی فنی و یا آزمایشگاه‌ها برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه در سازمان‌ها تقویت شود. همچنین پیشنهاد می‌شود روابط با دفاتر مرکزی و یا مؤسسات مالی خارجی، روابط با تامین‌کنندگان و یا مشاوران، روابط با سایر شرکت‌ها و مؤسسات در سازمان‌ها بازبینی و پیاده‌سازی شود. با توجه به نتایج فرضیه چهارم و همچنین گویه‌های شماره ششم و هشتم پیشنهاد می‌شود که تغییرات در طراحی یا بسته‌بندی محصولات و روش‌های بازاریابی جدید در قیمت و همچنین برنامه‌ریزی برای توزیع یا تبلیغات بررسی و بازبینی شود. نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه پنجم نشان داد که بهبود عملکرد سازمانی در تأثیرگذاری نوآوری بر عملکرد صادراتی بسیار حائز اهمیت است، لذا پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود عملکرد صادراتی از طریق نوآوری، به بهبود عملکرد سازمانی بیش از پیش اهمیت داده شود و بنابراین بر اساس گویه‌های شماره شانزده و هفده پیشنهاد می‌شود کیفیت محصولات صادراتی در اولویت برنامه‌ریزی‌های سازمانی قرار گیرد و همچنین پیشنهاد می‌شود ظرفیت تولید نیز افزایش یابد تا بتوان بازار هدف را به طور کامل پوشش داد.

**پیشنهادات آتی:** با توجه به این که تأثیرگذاری عملکرد سازمانی بر عملکرد صادراتی به طور مستقیم رد شد، پیشنهاد می‌شود که محققین بررسی نمایند چه عامل یا عواملی می‌تواند در واسطه بین این دو متغیر، منجر به تأثیرگذاری عملکرد سازمانی بر عملکرد صادراتی گردد. همچنین لازم است بررسی شود که متغیرهای تعدیلگر در رابطه بین این دو متغیر، چه متغیرهایی هستند و میزان تأثیرگذاری هر یک از این متغیرها نیز ارزیابی و اندازه‌گیری شود.

<sup>1</sup> Oura

<sup>2</sup> Guan & Ma

<sup>3</sup> Karabulut

<sup>4</sup> Ortigueira-Sánchez

**محدودیت‌های تحقیق:** این تحقیق نیز همانند تمامی تحقیقات دارای محدودیت‌هایی می باشد، از دسته مهم‌ترین محدودیت‌های این تحقیق می توان به محدودیت ذاتی پرسشنامه اشاره نمود. همچنین محدودیت موضوعی از دیگر محدودیت‌های این تحقیق به شمار می آید، چرا که تمامی متغیرهایی که بر عملکرد صادراتی مؤثر هستند، در این تحقیق بررسی و ارزیابی نشدند.

### منابع

- افضل، علی اکبر. میر یوسفی، سید جلیل. نژاد سجادی، احمد. (۱۴۰۰). تبیین نقش میانجی مدیریت راهبردی منابع انسانی در ارتباط بین خود رهبری و سرمایه انسانی گروه های علوم ورزشی دانشگاه های دولتی. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی. دوره نهم. شماره ۳۴. صص ۲۷-۴۴.
- آقاجانی، حسنعلی. رحمانی، سوما. (۱۳۹۴). بررسی ارتباط بین یادگیری فناورانه و قابلیت های نوآوری تکنولوژیک در ارتقای نوآوری شرکت های دانش بنیان کشاورزی. کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.
- بسطامی، رجب. (۱۳۹۱). تطبیقی نوآوری های تکنولوژی و اثرات زیست محیطی آن. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان
- تقوایی یزدی، مریم. (۱۴۰۰). رابطه مدیریت دانش با تعالی سازمانی و نوآوری سازمانی در مدیران مدارس. فصلنامه مطالعات مدیریت و رهبری در سازمان های آموزشی. سال اول. شماره ۱.
- حسن نژاد، رضا. صفانیا، علی محمد. آفرینش خاکی، اکبر. (۱۴۰۰). همبستگی تنبلی سازمانی با عملکرد سازمانی با میانجی گری اینرسی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان. نشریه مدیریت ارتقای سلامت. دوره یازدهم. شماره ۱.
- حسین صمدی، علی. میرهاشمی، سید محمد. (۱۳۹۶). بررسی اثر سیاست های مالیاتی بر فعالیت های کارآفرینانه (مطالعه موردی کشورهای منبع محور، کارایی محور و نوآور محور). پژوهش نامه مالیات. شماره ۳۳.
- حمزه ای، آرزو. پورکیایی، مسعود. (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین انواع ریسک های حوزه منابع انسانی با نوآوری تکنولوژیک در شرکت های دانش بنیان دارویی. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار. دوره نهم. شماره ۳۵. صص ۱۰۵-۱۳۰
- دهنوی، مریم. قربانی، محمود. کریمی، محمد. زنده دل، احمد. (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت بندی عوامل پیشران مدل سازمان های تیم محور با رویکرد نوآوری سازمانی در دوران شیوع کووید ۱۹. مجله دانشکده پزشکی دانشگاه علوم پزشکی مشهد. سال شصت و چهارم. شماره ۶. صص ۲۹۷۸-۲۹۶۹.
- رحمان سرشت، حسین. محمدی، مهیا. زینلیان، محمد حسین. (۱۴۰۰). تبیین ارتباط میان تمرکز نداشتن، مشارکت کارکنان و ظرفیت جذب در نوآوری و عملکرد سازمانی، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی. دوره یازدهم. شماره ۴.
- زاغی، علیرضا. هوشمند، دکتر محمود. سلیمی فر، مصطفی. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر کاهش بیکاری. اولین کنفرانس ملی مدیریت اقتصاد و علوم اسلامی.
- سروری، رحیم. رضوانی، مهران. (۱۴۰۰). گرایش بین المللی شدن و عملکرد صادراتی: بررسی آثار میانجی دانش صادراتی و تعدیلگر پویایی محیطی. توسعه کارآفرینی. دوره چهاردهم. شماره ۳. صص ۴۸۰-۴۶۱.
- صادقی، احمد. خدابخشی، محمد. میرقاسمی، زینب. (۱۴۰۰). تاثیر جهت گیری فناوری بر عملکرد صادراتی با تاکید بر نقش میانجی نوآوری و نقش تعدیلی مسئولیت اجتماعی. مقاله پژوهشی مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی. دوره دوم. شماره ۳. صص ۲۶۸-۲۸۴.
- عزیزی، میثم. رحیمی، موسی. کبیری، فاطمه. (۱۴۰۰). ارائه مدل علی عوامل موثر بر توسعه عملکرد سازمانی براساس سرمایه فکری سبز و نوآوری سبز. فصلنامه مدیریت کسب و کار. شماره ۴۹.



• مهدوی ثابت، زهرا. عبدالوند، محمد علی. حیدرزاده، کامبیز. خون سیاوش، محسن. (۱۴۰۰). مطالعه تاثیر پیشایندها بر عملکرد صادراتی فراورده‌های نفتی ایران. نشریه علمی فرایند نو. شماره ۷۳.

- Alteren, G., & Tudoran, A. A. (2016). Enhancing export performance: Betting on customer orientation, behavioral commitment, and communication. *International Business Review*, 25(1), 370-381.
- Barney, J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1), 99-120.
- Basit, S.A., Kuhn, T., Ahmed, M. 2018. The effect of government subsidy on non-technological innovation and firm performance in the service sector: evidence from Germany. *Business Systems Research* 9 (1), 118-137.
- Christian LB, Caroline M, Thuc UN. (2015). The differentiated impacts of organizational innovation practices on technological innovation persistence. *European Journal of Innovation Management*; 18(1):110 - 127.
- Darling, C., & Venkitachalam, K. (2020). Framework on strategic competence performance—a case study of a UK NHS organization. *Journal of Strategy and Management*
- Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2017). Organizational structure, innovation performance and customer relationship value in the Greek advertising and media industry. *Journal of business & industrial marketing*, 32(3), 385-397
- Di Fatta, D., Gera, N., Tyagi, L. K., & Grisold, T. (2019). Export knowledge: Determinant of export strategy, export commitment and export performance in carpet industry, *Kybernetes*, 48(8), 1806-1826.
- Dong, J. Q., & Yang, C.-H. (2019). Information technology and innovation outcomes: is knowledge recombination the missing link? *European Journal of Information Systems*, 28(6), 612-626. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2019.1627489>
- Eliasson, K., Hansson, P., Lindvert, M. 2012. Do firms learn by exporting or learn to export? Evidence from small and medium-sized enterprises. *Small Business Economics* 39 (2), 453-472.
- Guan, J., Ma, N. 2003. Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation* 23 (9), 737-747.
- Guo, D., Guo, Y., Jiang, K. 2016. Government-subsidized R&D and firm innovation: evidence from China. *Research Policy* 45 (6), 1129-1144.
- Hall, B.H., Lotti, F., Mairesse, J. 2009. Innovation and productivity in SMEs: empirical evidence for Italy. *Small Business Economics* 33 (1), 13-33.
- Harrison, J.S., Hitt, M.A., Hoskisson, R.E., Ireland, R.D. 2001. Resource complementarity in business combinations: extending the logic to organizational alliances. *Journal of Management* 27 (6), 679-690
- Heredia Perez, J., Geldes, C., Kunc, M., Flores, A. 2018. A new approach to the innovation process in emerging economies: the manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation* 79, 35-55.
- Hervás-Oliver JL, Sempere-Ripol F. (2015). Disentangling the influence of technological process and product innovations. *Journal of Business Research*; 68: 109-118.
- Karabulut, A. 2015. Effects of innovation types on performance of manufacturing firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 195, 1355-1364.
- Kayabasi, A. & Mtetwa, T. (2016). "Impact of marketing effectiveness and capabilities, and export market orientation on export performance: evidence from Turkey", *European Business Review*, Vol. 28(5), PP. 532-559. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2014-0084>.
- Kitonyi, S., Kibera, F., Gathungu, J. & Yabs, J. (2020). "Effect of The Macro-Environment Factors On the Relationship Between Firm Resources and Export Performance of Small and Medium Scale Manufacturing Enterprises in Nairobi City County", Kenya, Vol. 16(28), P. 173, DOI: <https://doi.org/10.19044/esj.2020>
- Kolade, O., Obembe, D., & Salia, S. (2019). Technological constraints to firm performance: the moderating effects of firm linkages and cooperation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.



- Le, T., Jaffe, A. 2016. The impact of R&D subsidy on innovation: evidence from New Zealand firms. *Economics of Innovation and New Technology* 26 (5), 429-452.
- Liu, D., Chen, T., Liu, X., & Yu, Y. (2019). Do more subsidies promote greater innovation? Evidence from the Chinese electronic manufacturing industry. *Economic Modelling*, 80, 441-452.
- Love, J.H., Roper, S., Zhou, Y. 2016. Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review* 25 (4), 806-819.
- Ortigueira-Sánchez, L. Welsh, D. Stein, W. (2022). Innovation Drivers for Export Performance. Journal Pre-proof. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100013>
- Oura, M.M., Zilber, S.N., Lopes, E.L. 2016. Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review* 25 (4), 921-932
- Pla-Barber, J., Alegre, J. 2007. Analyzing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry. *International Business Review* 16 (3), 275-293.
- Rafiq M, Zhang X, Yuan J, Naz S, Maqbool S. Impact of a balanced scorecard as a strategic management system tool to improve sustainable development: measuring the mediation of organizational performance through PLSsmart. *Sustainability*. 2020;12(4):1365-1373. <https://doi.org/10.3390/su12041365>
- Rigby, J. (2016). The impact of pre-commercial procurement on innovation. In *Handbook of Innovation Policy Impact*. Edward Elgar Publishing
- Rodil, O., Vence, X., del Carmen Sánchez, M. 2016. The relationship between innovation and export behavior. The case of Galician firms. *Technological Forecasting and Social Change* 113, 248-265
- Santos, D.F., Cruz, L.F., Kimura, H., Kazuo, E. 2014. Innovation efforts and performances of Brazilian firms. *Journal of Business Research* 67 (4), 527-535.
- Song, S., & Lee, S. (2020). Motivation of internationalization and a moderating role of environmental conditions in the hospitality industry. *Tourism Management*, 78, 104050.
- Sulisty H. Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*. 2016;21(4):196-203.
- Valle, R. R. (2016). Human resource productivity, product innovation, and export performance: An empirical investigation. *Intangible Capital*, 12(2), 619-641
- Van Hemert, P., Nijkamp, P., Masurel, E. 2013. From innovation to commercialization through networks and agglomerations: analysis of sources of innovation, innovation capabilities and performance of Dutch SMEs. *Annals of Regional Science* 50 (2), 425-452
- Wadhwa, W., Chaudhry, A. 2018. Innovation and firm performance in developing countries: the case of Pakistani textile and apparel manufacturers. *Research Policy* 47 (7), 1283-1294.
- Wei, J., Liu, Y. 2015. Government support and firm innovation performance: an empirical analysis of 343 innovative enterprises in China. *Chinese Management Studies* 9 (1), 38-55.
- Yao, Q., Xu, M., Jiang, W., Zhang, Y. 2015. Do marketing and government R&D subsidy support technological innovation? *International Journal of Technology, Policy, and Management* 15 (3), 213-225.
- Zhu, J., Wang, Y., Wang, C. 2018. A comparative study of the effects of different factors on firm technological innovation performance in different high-tech industries. *Chinese Management Studies* 13 (1), 2-25.



### ضمائم

متغیر	ردیف	گزاره	همیشه	اغلب	گاهی	به ندرت	هرگز
هزینه نوآوری	۱	دولت در قالب یارانه مستقیم برای نوآوری منابع اقتصادی در اختیار شرکت قرار داده است.					
	۲	کمک هزینه برای کاهش هزینه‌های صادرات از سوی دولت در اختیار شرکت قرار گرفته است.					
سرمایه انسانی	۳	شرکت کارکنانی متخصص برای بخش نوآوری استخدام نموده است.					
	۴	شرکت کارکنانی در حوزه تحقیق و توسعه بازارهای جدید استخدام نموده است.					
	۵	تیم کارگرانی متخصص استخدام نموده است.					
نوآوری تکنولوژیک	۶	کالاها و خدمات جدید به طور قابل توجهی در شرکت بهبود یافته است.					
	۷	فرآیندهای جدید یا به طور قابل توجهی بهبود یافته است.					
نوآوری غیر تکنولوژیک	۸	شیوه‌های جدید کسب و کار، روش‌های سازماندهی کاری داخلی یا خارجی در شرکت پیاده سازی شده است.					
	۹	تغییرات در طراحی یا بسته‌بندی محصول، روش‌های بازاریابی جدید در قیمت، توزیع یا تبلیغات در شرکت برنامه‌ریزی شده است.					
همکاری سازمانی	۱۰	شرکت با دانشگاه‌ها، موسسات تحقیقاتی، موسسات آموزشی فنی و یا آزمایشگاه‌های فعالیت‌های تحقیق و توسعه ارتباطات نزدیکی دارد.					
	۱۱	شرکت با دفاتر مرکزی و یا موسسات مالی خارجی برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه ارتباطات نزدیکی دارد.					
	۱۲	شرکت با تامین کنندگان و یا مشاوران برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه ارتباطات نزدیکی دارد.					
عملکرد سازمانی	۱۳	شرکت با سایر شرکت‌ها و موسسات تحقیقاتی برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه ارتباطات نزدیکی دارد.					
	۱۴	شرکت برای کاهش هزینه‌های نیروی کار برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					



متغیر	ردیف	گزاره	همیشه	اغلب	گاهی	به ندرت	هرگز
عملکرد صادراتی	۱۵	شرکت برای کاهش مصرف مواد اولیه و عرضه برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					
	۱۶	شرکت برای بهبود کیفیت محصول برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					
	۱۷	شرکت برای افزایش ظرفیت تولید برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					
	۱۸	شرکت برای کاهش مصرف انرژی برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					
	۱۹	شرکت برای بهبود جنبه‌های محیط زیست، بهداشت و یا ایمنی برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					
	۲۰	شرکت به طور مداوم به گسترش دامنه محصولات ارائه شده می‌پردازد.					
	۲۱	شرکت به حفظ سهم بازار خود اهمیت می‌دهد					
	۲۲	شرکت در رسیدن به استانداردها یا مقررات بین‌المللی تلاش می‌نماید					
	۲۳	شرکت در راهیابی به بازارهای جدید برنامه‌ریزی‌های مطلوبی دارد.					