

تبیین مدل تأثیر نوآوری و بهره وری بر پیامدهای صادراتی در بین صادرکنندگان فعال حوزه شیلات استان هرمزگان

علیرضا کامرانی^۱، عبدالحسین کرمپور^۲، رامین تقی نژاد^۳

^۱ کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)

^۲ عضو هیأت علمی و استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

^۳ کارشناس ارشد مهندسی صنایع_مدیریت سیستم و بهره وری، دانشگاه صنعتی مالک اشتر

چکیده

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و پیمایشی و با هدف بررسی رابطه بین پیامدهای صادراتی و نوآوری با توجه به نقش میانجی بهره وری در بین فعالین صادراتی حوزه شیلات استان هرمزگان صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌های مربوط به سنجش متغیرهای تحقیق از سه پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق بین فعالین صادرکننده حوزه شیلات استان هرمزگان تعریف شده است. پس از اطمینان از روایی و پایایی مقیاس‌های طراحی شده براساس محاسبات انجام شده، پرسشنامه‌ها در نمونه‌ای به حجم ۱۳۳ نفر توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده و تعیین روابط بین متغیرها نیز از تکنیک مدلیابی معادلات ساختاری بهره گرفته شده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است. طبق تجزیه و تحلیل های صورت گرفته در رابطه با فرضیات پژوهش، هر ۴ فرضیه مورد تأیید قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: صادرات، پیامدهای صادراتی، نوآوری، بهره وری.

مقدمه و بیان مسأله

صادرات یکی از حیاتی ترین بخش های اقتصاد هر کشور را تشکیل می دهد. صدور کالا و خدمات مهم ترین منبع تأمین درآمد ارزی کشور محسوب می شود که نبض اقتصاد زنده و فعال دنیا را در دست دارد. برنامه های ارتقا صادرات دولت معمولاً منجر به افزایش بیشتر صادرات شرکت های کوچک و متوسط در مقایسه با شرکت های بزرگ که ممکن است به صادرات اشتغال داشته باشند می گردد. در سطح شرکت، صادرات از طریق تنوع بخشیدن به بازار، فرصتی را برای شرکت ها فراهم می آورد تا وابستگی کمتری به بازار داخلی داشته باشند. در نتیجه عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات شرکت ها به علت جهانی شدن بازارها و رقابت رو به افزایش شرکت های خارجی مورد توجه محققین قرار گرفته است. از طرفی امروزه بسیاری از سازمان ها و شرکت ها با رقابت بسیار زیاد و محیط نامطمئنی مواجه هستند که به واسطه نوآوری های تکنولوژی و نیازهای در حال تغییر مشتریان شدت پیدا کرده است.

در دنیای صنعتی امروز که به سرعت به سمت جلو در حرکت است، شرط بقای شرکت ها در گرو ارتقای آموخته های فنی تخصصی، ارتقای اجرای آموخته ها و ایجاد هماهنگی با نظام اقتصادی و بازار جهانی است. رسیدن به این امر مهم جز از طریق تحقیق، توسعه، نوآوری و استفاده از دستاوردهای جهانی میسر نخواهد بود (احمد زاده و همکاران، ۲۰۱۷).

یکی از راه های کسب درآمد ارزی کشورهای توسعه یافته جهان صادرات خدمات فنی و مهندسی بوده که نسبت به صدور مواد خام سهل تر است و برای صادرکننده خدمات مزایای مختلفی از جمله انتقال تکنولوژی، ایجاد اشتغال، بهره وری و توسعه روابط تجاری سیاسی را به ارمغان می آورد. (طیپی و همکاران، ۱۳۹۸)

در نگرش های سیستمی، نوآوری بصورت فرآیندی روش مند تحلیل می شود که ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار می نماید (ویراواردنا و همکاران، ۲۰۱۶) و در آن وابستگی متقابل پیچیده و بالقو های وجود دارد و در آن ها تعاملات چندگان های بین عناصر موجود در فرآیندها دیده می شود. به طور کلی سه دسته از رویکردها سیستم نوآوری بر سطوح تحلیلی مختلفی استوار بوده و به عنوان مهم ترین رویکردهای سیستم نوآوری مطرح می باشند. (دلور و همکاران، ۱۳۹۱) سیستم ملی نوآوری شامل رویکردی است که به تحلیل نهادها و تعاملات تاثیرگذار بر توسعه نوآوری در سطح ملی می پردازد و در جهت سیاست گذاری های ملی و ساماندهی فرآیند نوآوری در سطح ملی استفاده می شود. سیستم بخشی نوآوری شامل رویکردهایی است که به تحلیل نهادها و تعاملات تاثیرگذار بر توسعه نوآوری در سطح یک بخش و یا یک حوزه فناوری می پردازد و در جهت سیاست گذاری های بخشی و ساماندهی فرآیند نوآوری در سطح یک بخش صنعتی یا یک حوزه فناوری استفاده می شود. سیستم منطقه ای نوآوری شامل رویکردی است که به تحلیل نهادها و تعاملات تاثیرگذار بر توسعه نوآوری در سطح منطقه ای می پردازد و در جهت سیاست گذاری های منطقه ای و ساماندهی فرآیند نوآوری در سطح یک منطقه جغرافیایی استفاده می شود (محمدی، ۱۳۹۰).

بهره وری با هر یک از سطوح مختلف فعالیت های اقتصادی رابطه ذاتی دارد و در تمام شئون جوامع بشری کاربرد دارد، فراگیری بهره وری از سطوح فرد تا سطح جهان مطرح شده است. سطوح مختلف بهره وری شامل بهره وری فردی، بهره وری خانه و خانواده، بهره وری سازمان، بهره وری صنعت، بهره وری ملی، بهره وری بین المللی می باشد (سنجاقی قمشه، ۱۳۹۰). بنابراین با توجه به مطالب بیان شده، در این تحقیق این موضوع مورد بررسی قرار می گیرد که رابطه بین پیامدهای صادراتی و نوآوری با توجه به نقش میانجی بهره وری چگونه است؟

ادبیات و پیشینه تحقیق

دانش و نوآوری در توسعه و پیشرفت کشورها، به خصوص کشورهای در حال توسعه نقش عمده ای دارد. به این صورت که دانش و نوآوری می تواند ابزارهای لازم برای مقابله با مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه را در اختیار آنها قرار دهد. (گرین، ۲۰۱۵) علاوه بر این با وجود رقابت های جهانی برای ورود به بازارها و از طرف دیگر محدودیت هایی جهت افزایش ظرفیت تولید، ضرورت توجه به نوآوری و خلاقیت را به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر بهبود بهره وری و رشد اقتصادی و افزایش صادرات روشن می کند. (لاورسن و همکاران، ۲۰۱۴) نوآوری یکی از اساسی ترین اجزای جریان توسعه اقتصادی است، زیرا در دنیای فعلی کشورهای موفق آن هایی هستند که بتوانند نوآوری فنی را به تولید اقتصادی تبدیل کنند (شاه آبادی و همکاران، ۱۳۹۹). بسیاری از کشورهای در حال توسعه در سراسر جهان به دنبال سرمایه گذاری در نوآوری به عنوان وسیله ای برای برانگیختن توسعه منطقه ای اقتصادی و ایجاد ثروت در شرایط حفظ رقابت ملی خود هستند (گیپسون و همکاران، ۲۰۲۱).

توجه بیشتر بر روی ایجاد نوآوری و صادرات در صنایع کشور و حل مشکلات موجود صادرات در کشورهای جهان سوم و بالاخص ایران است، باید صادرات را در صنعت بهبود دهیم تا بتوانیم علاوه بر اجرای تجاری سازی ایده های خلق شده در تحقیق و توسعه و دانشگاه ها، حتی به نوآوری و انتقال فناوری به دیگر صنایع و کشورها دست یابیم. (دلاور و همکاران، ۱۳۹۱) بالا رفتن نرخ صادرات فناوری، دستاوردهای زیادی را برای جامعه، سازمان ها و مبتکرین حاصل می کند که مهمترین آن ها عبارتست از: بالا رفتن استانداردها و کیفیت زندگی، تولید ثروت ملی - سازمانی - فردی، ایجاد مزیت رقابتی، رشد بهره وری، موفقیت در بازار و نوآوری در فرآیندها و محصولات، توسعه یافتن صنایع و محصولات مرتبط با فناوری - اختراعات. (شیلینگ، ترجمه: اعرابی، ۱۳۸۶)

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، رابطه ی بین نوآوری و پیامدهای صادراتی با در نظر گرفتن نقش میانجی بهره وری در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

در واقع، نوآوری تبدیل خلاقیت و ایده های نو به عمل و نتیجه است. پشتوانه اصلی نوآوری در همه ابعاد آن داشتن و ارائه ایده های نو است. غالباً نوآوری ها از جستجوی آگاهانه و هدفمند به دنبال فرصت های جدید حاصل می شود و این فرآیند با تحلیل این فرصت ها آغاز می شود. (وانگ ، ۲۰۰۴) در این تحقیق و با وجود رقابت های جهانی برای ورود به بازارها و از طرف دیگر محدودیت هایی جهت افزایش ظرفیت تولید، ضرورت توجه به نوآوری و خلاقیت را به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر بهبود پیامدهای صادراتی و بهره وری بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان معرفی می کند.

اما قبل از پرداختن به مدل متغیرهای اصلی در این بخش تعریف می گردند. در این تحقیق نوآوری در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان سازه ای مستقل است که با استفاده از میزان حمایت از تحقیق و توسعه، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان اندازه گیری می شود. صادرات ارسال کالا و فروش آن در بازار جهانی می باشد که به عنوان موتور محرکه اقتصاد و رمز بقای کشورها در بازارهای جهانی نقش مهمی را در اقتصاد ایفا می کند (شاه آبادی، ۱۳۹۳)، زیرا تقویت ظرفیت های تولید و ایجاد ظرفیت های جدید را به عهده دارد. (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۷) در این تحقیق پیامدهای صادراتی در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان سازه ای وابسته است که با استفاده از میل به صادرات و میزان صادرات در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان اندازه گیری می شود. بهره وری، حداکثر استفاده از منابع فیزیکی، نیروی انسانی و سایر عوامل به روش های علمی به طوری که بهبود بهره وری به کاهش هزینه های تولید، گسترش بازارها، افزایش اشتغال و بالا رفتن سطح زندگی همه آحاد ملت منجر شود. (طاهری، ۱۳۸۰). در این تحقیق بهره وری سازه ای میانجی بوده که شامل کارایی و اثر بخشی در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان است.

^۱Laursen et al.^۲Gibson et al.

تشدید رقابت در مقیاس جهانی باعث شده است که شمار فزاینده ای از شرکت ها فرصت هایی را در بازارهای جهانی برای دستیابی به اهداف و همینطور دفاع از جایگاه و بقای خود جستجو کنند. به طور سنتی، صادرات بخصوص برای شرکت های کوچک و متوسط معمولترین شیوه به بازارهای بین المللی شده است زیرا صادرات مستلزم حداقل درگیری در منابع مالی، انسانی و دیگر منابع است و به سرمایه گذاری کمتری نیاز دارد و از ریسک های مالی پایین تری برخوردار می باشد و امکان انعطاف پذیری استراتژیک و ساختاری بیشتری در بازار های صادراتی فراهم می آورد. در هر صورت موفقیت در بازارهای خارجی به دلیل ماهیت چندگانه، متنوع و غیرمتعارف محیط بیرونی، کار ساده ای نخواهد بود. عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات شرکت ها به علت جهانی شدن بازارها و رقابت رو به افزایش شرکت های خارجی مورد توجه محققین قرار گرفته است. نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر تعیین کننده ای دارد و شایستگی شرکت ها نیز به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق نوآوری در بازار صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت ها تأثیر دارد.

مفهوم نوآوری

در واقع، نوآوری تبدیل خلاقیت و ایده های نو به عمل و نتیجه است. پشتوانه اصلی نوآوری در همه ابعاد آن داشتن و ارائه ایده های نو است. (وانگ، ۲۰۰۴) غالباً نوآوری ها از جستجوی آگاهانه و هدفمند به دنبال فرصت های جدید حاصل می شوند و این فرآیند با تحلیل این فرصت ها آغاز می شود. واژه نوآوری به تغییرات جزئی در طرز تفکر، اشیا، فرآیندها یا خدمات اشاره دارد. (مک کئون، ۲۰۰۸) نوآوری پدید های اجتماعی و حاصل یادگیری جمعی است که کم و بیش در همه جوامع دیده می شود. با این همه در برخی از نواحی این پدیده مشهودتر است و اقتصاد منطقه بر پایه آن شکل می گیرد. این نواحی قابلیت تطبیق بیشتری با تغییرات و تهدیدات مداوم محیطی، نظیر جهانی شدن اقتصاد از خود نشان می دهند. بنگاه ها در این نواحی منعطف اند و خود را با روش ها و راهبردهای جدید تطبیق می دهند، فرهنگ آنها پذیرای تنوع است و همراه با تغییرات جهش می کنند. کیم و نلسون^۶ نوآوری علمی را به معنای ایجاد، ارزیابی، مبادله و به کارگیری طرح ها و ایده های جدید، به منظور رقابت و برتری بنگاه های اقتصادی در راستای شکوفایی و توسعه اقتصادی اجتماعی تعریف کرده اند که به فرآیندهای کسب دانش علمی جدید از طریق پیامدهای تحقیق و توسعه، فرآیندهای کسب و ایجاد دانش جدید برای منافع اقتصادی و اجتماعی، نوآوری علمی در فرآیندهای تولید، توزیع و کاربرد دانش و نظام نوآوری علمی اشاره دارد. (کیم و نلسون، ۲۰۰۸) به طور کلی نوآوری یک فرآیند خلاقانه است که منابع و ایده ها منجر به ارائه راه حل های جدید می شود. فرآیند نوآوری شامل مراحل مختلفی است که بنگاه ها در زمینه جستجوی ایده های جدید و دارای ظرفیت تجاری شدن طی می کنند. (گرین، ۲۰۰۵) دانش و نوآوری در توسعه و پیشرفت کشورها، به خصوص کشورهای در حال توسعه نقش عمده ای دارد. به این صورت که دانش و نوآوری می تواند ابزارهای لازم برای مقابله با مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه را در اختیار آنها قرار دهد. علاوه بر این با وجود رقابت های جهانی برای ورود به بازارها و از طرف دیگر محدودیت هایی جهت افزایش ظرفیت تولید، ضرورت توجه به نوآوری و خلاقیت را به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر بهبود بهره وری و رشد اقتصادی روشن می کند.

^۴Wonglimpiyarat

^۵Mckeown

^۶kim & nelson

^۷Kim, L. and Nelson, R

^۸Green

نوآوری یکی از اساسی ترین اجزای جریان توسعه اقتصادی است، زیرا در دنیای فعلی کشورهای موفق آنهایی هستند که بتوانند نوآوری فنی را به تولید اقتصادی تبدیل کنند. (شاه آبادی و احمدی روشن، ۱۳۸۹) مفهوم نوآوری، اهرمی برای ایجاد ثروت در مناطق، کشورها و اقتصاد یک مفهوم جدید نیست. رقابت فزاینده مناطق در اقتصاد جهانی، در حال حاضر نه تنها نیاز به نوآوری در اقتصاد منطق های دارد بلکه نیاز به ساز و کاری وجود دارد که به طور مؤثر نوآوری های توسعه یافته از آزمایشگاه های تحقیقاتی به بازار انتقال یابد. این گمان وجود دارد که افزایش نوآوری و انتقال این نوآوری، می تواند منجر به افزایش رفاه مناطق شود. پورتر به این ترتیب، بسیاری از کشورهای در حال توسعه در سراسر جهان به دنبال سرمایه گذاری در نوآوری به عنوان وسیله ای برای برانگیختن توسعه منطق های اقتصادی و ایجاد ثروت در شرایط حفظ رقابت ملی خود هستند. (گیبسون؛ ۲۰۱۱)

مهمترین ویژگی و مزیت این بنگاه ها علاوه بر روانتر بودن و داشتن قدرت سازگاری با شرایط محیطی، وضعیت رقابت پذیری و نوآورانه آنان است. افزایش تغییرات بازار منجر به نیاز به نوآوری بیشتر و به تبع برنامه های نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط شده است. (رادنی؛ ۲۰۰۷) در نوآوری، کمتر به مفهوم انجام کارها به صورت کارآ توجه شده است و اغلب انجام کارهای جدید و اثر بخش مد نظر می باشد. همچنین مقوله تجاری سازی، بعضی از بنگاه های کوچک و زود بازده را تشویق کرده تا در بازارهای رقابتی تر در سطح بین المللی، جایی که نوآوری از پیش نیازها می باشد مشارکت کنند. (رادنی، ۲۰۰۷)

رابطه نوآوری و عملکرد

نوآوری به عنوان یک ایده یا رفتار مربوط به یک محصول، خدمت، دستگاه، سیاست و برنامه ها که جدید و مورد پذیرش سازمان قرار گرفته است، قلمداد می شود. (دانپورت و گوپال؛ ۲۰۰۱) نوآوری را باید فرآیندی شامل طرح ایده نو، کسب دانش لازم از طرق مختلف، تبدیل ایده و دانش یا تکنولوژی به محصول یا خدمت جدید و ارائه آن به بازار (مشتری) و پذیرش آن از سوی مشتری دانست. (شاهین و صادق بیگی، ۲۰۱۰) بعبارت دیگر نوآوری بعنوان یک نیروی مهم در جهت توسعه ی شرکت ها و بهبود عملکردشان محسوب می شود. توان نوآوری مهم ترین مشخصه ی تعیین کننده ی عملکرد است. (کوپر؛ ۲۰۰۰) از طرفی، الگره و همکاران^۳ (۲۰۰۶) عملکرد نوآوری را شامل کارایی و اثربخشی می دانند. اثر بخشی به میزان موفقیت نوآوری و کارایی به معنی تلاشی است که باید صرف شود تا موفقیت مورد نظر حاصل شود، به طور کلی ارزیابی عملکرد نوآوری از دو بعد مورد توجه قرار می گیرد. در بعد اول ارزیابی عملکرد نوآوری بر سنجش نتیجه و دستاوردهای نوآوری در سازمان ها تمرکز دارد و از شاخص هایی مانند سود اقتصادی ناشی از نوآوری، تعداد محصولات یا خدمات جدید و... استفاده می شود. در بعد دوم به ظرفیت نوآوری توجه می شود، ظرفیت نوآوری عبارت است از قابلیت و آمادگی سازمان برای انجام نوآوری. (شاهین و صادق بیگی، ۲۰۱۰) جیمز و اسپالاردو^۴ (۲۰۰۸) شاخص های عملکرد نوآوری را به سه گروه که شامل نوآوری در محصول، نوآوری در فرآیند و نوآوری در امور اداری تقسیم می کنند. (کزازی و شول؛ ۲۰۱۳)

^۱Gibson

^۲Rodney

1. Damanpour F, Gopalakrishnan S

1. Cooper, R.G

2. Alegre, J, Lapiedra, R. and Chiva, R

3. Jimenez-Jimenez, D., Vall, R.S. and Espallardo, M.H

4. kazazi, A., Scholl. A

پیامدهای صادراتی

پیامدهای صادراتی حاصل عملیات سازمانی است که شامل دستاوردها و اهداف داخلی و خارجی شرکت می باشد. در واقع، عملکرد صادراتی به عنوان کسب اهداف سازمانی تعریف شده و در آن توسعه محصول و توسعه بازار که در نتیجه موجب کسب سودآوری برای شرکت خواهد شد مورد توجه قرار می گیرد. میزان موفقیت یک شرکت در امر صادرات را می توان با عملکرد صادراتی آن ارزیابی نمود. برای سنجش عملکرد صادراتی، سه معیار مختلف مالی، غیرمالی و مرکب وجود دارد. معیارهایی چون فروش، سود و رشد از جمله معیارهای مالی و معیارهایی نظیر موفقیت، رضایت، دستیابی به اهداف از جمله معیارهای غیرمالی به شمار می آیند. معیارهای مرکب نیز بر اساس انواع متنوعی از معیارهای عملکردی بنا شده اند. تحقیقات مختلفی در زمینه عوامل موثر بر عملکرد صادراتی صورت گرفته است. در هر کدام از این تحقیقات، متغیرهایی مد نظر بوده اند که بنا به نظر محقق، به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر عملکرد صادراتی موثر بوده اند. تعداد متغیرهای بررسی شده تا حدودی گسترده بوده اند. این گستردگی به حدی است که حتی موجب ایجاد نتیجه گیری ها، ابهامات و یافته هایی متناقض نیز شده است. اغلب تحقیقات اولیه در زمینه صادرات در جهت تشخیص صادرکنندگان از غیر صادرکنندگان بوده است، به این معنی که بیشتر فرآیند بین المللی شدن شرکت را مد نظر قرار می دادند. بعد از آن، محققین به بررسی فاکتورهای خارجی موثر بر رفتار صادراتی، نظیر برنامه های تشویقی درست، روی آوردند. در سومین مرحله، محققین به بررسی فاکتورهای مربوط به رفتار شرکت ها، متناسب با صادرات و نتایج آن پرداختند. محققین دسته چهارم فاکتورهایی را مورد بررسی و مطالعه قرار دادند که بر عملکرد یا موفقیت صادراتی، شرکت ها موثر می باشند. به عنوان مثال، کاسکید و همکارانش با ارائه مدلی به بررسی تاثیر سه عامل خصوصیات عینی شرکت، متغیرهای مرتبط با درک صادرات (اندازه و تجربه صادراتی، انگیزه صادرات، مشکلات صادرات، مزیت های رقابتی) و تعهد به صادرات (بخش مجزای صادرات، ورود به بازار خارجی و معیارهای انتخاب مشتری، بازدید مداوم از بازار صادراتی، برنامه ریزی و کنترل صادرات) بر روی عملکرد صادراتی در کشورهای اروپایی پرداختند. (زحمتکش، ۱۳۸۹)

بهره وری

بهره وری از نظر مفهومی به معنای استفاده موثر و کارآمد از منابع در فرآیند تولید است. همچنین در مبحث بهره وری این اعتقاد وجود دارد که هر روز می توان کارها را بهتر از روز قبل انجام داد و در نتیجه امکان افزایش مستمر بهره وری وجود دارد. از دید سولو، جزء باقیمانده رشد تولید همان بهره وری کل عوامل تولید می باشد، یعنی بخشی از رشد تولید که مربوط به نیروی کار، سرمایه فیزیکی و نهاده های واسطه نیست. به عبارت دیگر، بخشی از افزایش تولید از محل افزایش بهره وری کل عوامل تولید بوده و از طریق، بهره گیری مطلوب تر از ظرفیت های موجود در قالب بهبود کیفیت نهاده های تولید و اصلاح ساختارها و نهادهای ذیربط ممکن می باشد. این رویکرد در ادبیات اقتصادی، به رویکرد «بهره ور محور» مشهور است. در حال حاضر، اهمیت بهره وری در افزایش تولید ملی پذیرفته شده است. وقتی بهره وری افزایش می یابد، تولید ناخالص ملی سریعتر از عوامل تولید افزایش خواهد یافت و متوسط تولید نیز به ازای هر واحد عوامل تولید افزایش می یابد. همچنین، نقش بهبود بهره وری در کاهش هزینه ها و توسعه صادرات حائز اهمیت است. علاوه بر این، ارتقای بهره وری به صرفه جویی در استفاده از منابع تولید و کاهش آثار سوء زیست محیطی منجر می شود که در فرآیند توسعه پایدار از اهمیت به سزایی برخوردار است. بالاخره بهره وری عوامل تولید به همراه قیمت های آنها، از عوامل تعیین کننده قیمت تولید کننده می باشند. (نصراله نیا و همکاران، ۱۳۹۳)

تاثیر صادرات بر بهره وری

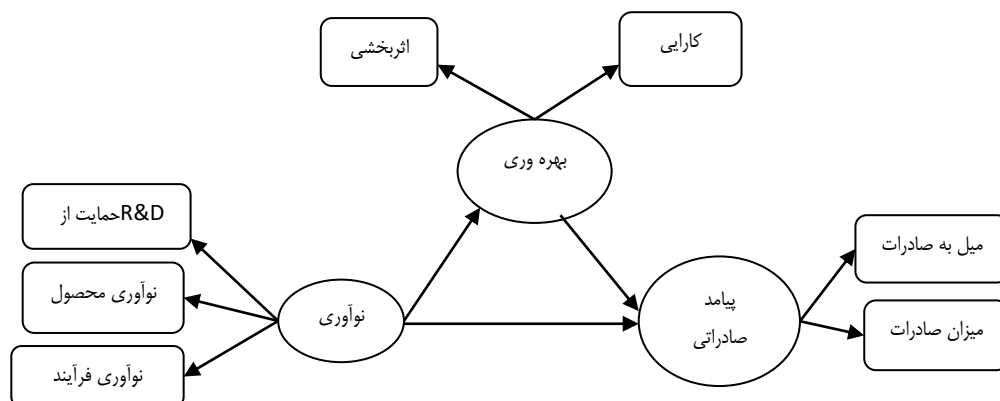
رشد مبتنی بر صادرات به عنوان جایگزینی برای سیاست های درون گرا، طرفداران زیادی را طی سه دهه ی گذشته به سمت خود جلب کرده است. به ویژه پس از آن که استراتژی جایگزین وادرات و توسل به سیاست های صنعتی و همچنین نگرشی که دولت را کارگزار توسعه معرفتی می کرد، نتوانست انتظار طرفدارانش را محقق سازد، نظریات شکست دولت (در مقابل شکست بازار)، سیاست زدایی و حرکت و حرکت به سمت اقتصادی بازتر، مقبولیت بیش تری میان سیاست گذاران و اقتصاددانان یافت. این اقتصاد دانان معتقدند که آزادسازی تجارت نه تنها منجر به افزایش سطح تولید، بلکه باعث رشد اقتصادی بالاتر می شود. دیدگاه مذکور به خصوص پس از بحران بدهی ها و کاهش دسترسی به بازارهای مالی خارجی در اوایل دهه ی ۱۹۸۰ طرفداران بیش تری را به سمت خود جلب کرد. اما فرضیه تجارت نئوکلاسیک تنها قادر است آثار آزادسازی تجارتی را بر سطح بهره وری، از طریق بهبود تخصیص منابع به صورت استاتیک (یکبار و برای همیشه) توضیح دهد، بدون آن که مبانی نظری روشنی در خصوص آثار باز شدن درهای اقتصاد بر روی رشد بهره وری به صورت پایدار و در بلند مدت ارائه کند. (مهرآرا و محسنی، ۱۳۸۳)

به طور مثال در الگوی یانگ،^{۱۶} یادگیری از طریق عمل (که نشان دهنده ی آثار نشتی میان کالاهاست) عامل اصلی برای رشد بهره وری محسوب می شود. مطابق الگوی مذکور تا زمانی که یک کشور از فرآیند یادگیری از طریق عمل بهره برداری کاملی نکرده و در تولید کالاهای مربوطه تخصص لازم را به دست نیاورده است، آزادسازی تجارتی منجر به رشد بهره وری اقتصادی بیش تری می شود. رومر^{۱۷} بیان می کند که انحرافات تجارتی، عامل بازدارنده برای ارائه ی محصولات جدید، استفاده از نهادهای وارداتی و جذب تکنولوژی های جدید بوده و بدین ترتیب آثار مخربی بر کارایی تولید می گذارد. اگر به دنبال آزادسازی تجارتی، رشد بهره وری افزایش یابد، منافع حاصل از آن ممکن است به مراتب بیش تر از منافع ایستای حاصل از کارایی در فرضیه ی سنتی تجارت باشد. ارتباط میان تجارت بین الملل و بهره وری را می توان از طریق نیروهای رقابتی نیز توضیح داد. از آن جایی که باز کردن اقتصاد به روی تجارت خارجی به رقابت بیش تر می انجامد، آثار مثبتی بر سطح بهره وری کشورهای در حال توسعه و کیفیت و تنوع محصولات آن ها می گذارد. لذا با گسترش رقابت، بنگاه های داخلی با کارایی بیش تری، از منافع موجود استفاده کرده و بهره وری خود را در کوتاه مدت بهره می بخشند. (مهرآرا و محسنی، ۱۳۸۳)

چارچوب نظری تحقیق

مدل مفهومی تحقیق در قالب شکل ۱ ارائه شده است. براساس این مدل؛ نوآوری بعنوان متغیر مستقل معرفی شده است، که شامل سه بعد حمایت از تحقیق و توسعه، نوآوری محصول، نوآوری فرآیند است. پیامدهای صادراتی صادراتی بعنوان متغیر وابسته معرفی شده است که شامل دو بعد میل به صادرات و میزان صادرات می باشد و بهره وری بعنوان متغیر میانجی معرفی شده که شامل کارایی و اثر بخشی می باشد.

^{۱۶}Young^{۱۷}Romer



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق. منبع: (پرز و همکاران، ۲۰۲۲)

فرضیه تحقیق

۱. نوآوری بر پیامدهای صادراتی فعالین حوزه شیلات تأثیر معناداری دارد.
۲. نوآوری بر بهره وری فعالین حوزه شیلات تأثیر معناداری دارد.
۳. بهره وری بر پیامدهای صادراتی فعالین حوزه شیلات معناداری تأثیر دارد.
۴. نوآوری بر پیامدهای صادراتی فعالین حوزه شیلات با در نظر گرفتن نقش میانجی بهره وری معناداری تأثیر دارد.

پیشینه تحقیق

در این قسمت با توجه اطلاعات دریافتی از منابع اشاره شده در رابطه با بحث، رابطه بین پیامدهای صادراتی و نوآوری با توجه به نقش میانجی بهره وری و موارد مربوط به آن، پیشینه تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. لازم به ذکر است مطالعات مورد بررسی در دو بخش داخلی و خارجی نگارش شده است.

مطالعات داخلی

شاه آبادی و ثمری (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "نوآوری و صادرات مبتنی بر فناوری برتر مقایسه جمهوری اسلامی ایران با کشورهای منتخب سند چشم انداز" به بررسی تأثیر نوآوری بر صادرات فناوری برتر ایران در مقایسه با کشورهای منتخب سند چشم انداز در بازه زمانی ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۲ پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در بین کشورهای مورد مطالعه بهترین و ضعیف ترین عملکرد صادرات مبتنی بر فناوری برتر به ترتیب متعلق به ترکیه و قطر است. جمهوری اسلامی ایران در خصوص صادرات با فناوری برتر و در دو شاخص نوآوری (تعداد حق اختراع و تعداد مقالات علمی و فنی چاپ شده) در رتبه دوم منطقه قرار گرفته است ولی در سایر شاخص ها از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست.

طیپی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران" با هدف بررسی اثر نوآوری بر صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشورهای منتخب با بازار نوظهور شامل چین، هند، کره جنوبی، برزیل و ترکیه به بررسی اثر نوآوری بر صادرات پرداختند. دلیل انتخاب این

کشورها پیگیری استراتژی توسعه صادرات و تنوع بخشی خدمات صادراتی آن هاست. در این مطالعه الگوی اقتصادسنجی عرضه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب دارای بازارهای نوظهور طی ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۱ با استفاده از روش داده های تابلویی را برآورد کردند و به این نتیجه رسیدند که نوآوری در این کشورها اثری مثبت و معنادار بر صادرات خدمات فنی و مهندسی داشته است. به علاوه، تولید ناخالص کشورها و نرخ ارز نیز اثر معناداری را بر صادرات این کشورها ایجاد کرده است.

میر غفوری و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان "رتبه بندی عوامل مؤثر بر ارتقای نوآوری در شرکت های وابسته به مراکز رشد" این موضوع را مورد بررسی قرار دادند. هدف از این پژوهش شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر ارتقای نوآوری در شرکت های مستقر در مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری یزد می باشد. با توجه به پاسخ های ارائه شده توسط مدیران و کارکنان شرکت ها، به ترتیب اهمیت آنها رتبه بندی شدند که کسب دانش و اطلاعات جدید و دسترسی به فناوری های جدید و پیشرفته به عنوان مهمترین عوامل تأثیرگذار بر ارتقای نوآوری در شرکت های مستقر در مراکز رشد وابسته به پارک علم و فناوری یزد شناخته شدند.

همچنین محبوبی (۱۳۹۲) در تحقیقی خود به بررسی "تأثیر بین المللی سازی بر عملکرد صادرات در شرکت های صادراتی کوچک و متوسط استان مازندران" پرداخت. در این پژوهش، نمونه مورد مطالعه کلیه شرکت های صادراتی کوچک و متوسط استان مازندران به تعداد ۴۴ شرکت می باشد که از این تعداد ۴۰ نفر به صورت تصادفی انتخاب شده اند. در نهایت ۲۳ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت نتایج این تحقیق نشان می دهد که بین المللی سازی شرکت های صادراتی کوچک و متوسط استان مازندران بر عملکرد صادرات آنها تاثیر مثبت و معنی داری دارد و بعد ویژگی های شخصیتی شایستگی های مدیرعالی رابطه ی بین المللی سازی و عملکرد صادرات را ارتقا نمی دهد.

محمودند ناهیدی و خسروشاهی (۱۳۹۰) در پژوهشی "رابطه بهره وری کل عوامل تولید و بهره وری نیروی کار در ایران" را مورد بررسی قرار دادند. در این مطالعه با استفاده از الگوی خود توضیح با وقفه های گسترده (ARDL) و با روش آزمون رویکرد کرانه ها، رابطه بلندمدت بین بهره وری کل عوامل تولید و بهره وری نیروی کار را طی سال های ۱۳۸۶-۱۳۴۹ در ایران ارزیابی می شود. نتایج مقاله نشان می دهد که رابطه بلندمدت دوطرفه بین بهره وری کل عوامل تولید و بهره وری نیروی کار وجود دارد و بهره وری کل عوامل تولید و بهره وری نیروی کار بر همدیگر اثر مثبت و معناداری دارند.

محمدمزاده و سجودی (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان "عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی بنگاه های صنعتی ایران" را بررسی کردند. مطالعه ی حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر احتمال صادرات و شدت صادرات بنگاه های صنعتی ایران با استفاده از داده های مقطعی بنگاه صنعتی در سال ۱۳۸۶ پرداخته است. نتایج تخمین الگو به روش توبیت و هکمن نشان می دهد که بنگاه های با اندازه ی بزرگ تر، هزینه ی واحد نیروی کار پایین تر، نسبت موجودی سرمایه ی فیزیکی به نیروی کار بیشتر، با احتمال بیشتری به صادرات مبادرت می کنند و دارای شدت صادرات بیشتری هستند. هم چنین نتایج نشان می دهد که پیامدهای تحقیق و توسعه در بنگاه تأثیر مثبت و معنی دار بر عملکرد صادراتی بنگاه دارد؛ اما اثر سرمایه ی انسانی و مالکیت در بخش صنعت ایران معنی دار نمی باشد.

عزیزی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان "مدل عملکرد صادراتی با رویکرد توانمندی های بازاریابی در صنعت نرم افزار ایران" به بررسی این موضوع پرداختند. تقویت صادرات غیرنفتی از نگرانی های اصلی و راهبردی کشور است. یکی از صنایع سودآور و دانش محور صنعت نرم افزار است. شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات شرکت های نرم افزاری می توان برنامه ریزی بهتری برای افزایش صادرات نرم افزار انجام داد. به همین منظور در این مقاله مدلی متشکل از متغیرهای مهم صنعت نرم افزار شامل: شدت رقابت، توانمندی برنامه ریزی و اجرای بازاریابی به همراه سه بعد بازاریابی (مشتري گرایي، رقيب گرایي، هماهنگی درون سازمانی) طراحی شد. گردآوری داده ها از طریق یک پرسشنامه ۳۷ سؤالی و بر مبنای پاسخ های مدیران عالی شرکت های نرم افزاری صادرکننده انجام شد.

نتایج آزمون نشان داد که رقیب گرایی، قابلیت اجرای بازاریابی و مشتری گرایی به طور مثبت بر عملکرد در بازار بین المللی مؤثر است. تفکیک آثار نشان داد، مهم ترین عوامل تعیین کننده ی عملکرد در بازارهای بین المللی به ترتیب عبارتند از: شدت رقابت، توانمندی اجرای بازاریابی، مشتری گرایی و رقیب گرایی.

مطالعات خارجی

ونترنی^۸ (۲۰۱۵) تحقیق خود را با عنوان " محرک های مدرن بهره‌وری " مورد بررسی قرار داد. در این مقاله نقش سرریز فن‌آوری در رشد بهره‌وری کشورهای OECD بررسی می‌شود که به دنبال سرمایه‌گذاری در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و تحقیق و توسعه (R&D) هستند. در می‌یابیم که در بلندمدت هر دو شکل سرمایه گذاری در فن‌آوری‌های پیشرفته (ICT و R&D) بر بهره‌وری کل عوامل (TFP) اثرگذار هستند: اثرگذاری مورد اول ناشی از دانش خارجی مربوط به استفاده از سرمایه ICT است، و مورد دوم ناشی از سرریز دانش تولید شده به واسطه تحقیقات انجام شده برای تولید اقلام ICT است. این کشفیات برای کنترل نفوذ صادرات اقلام ICT و R&D بنیادین تعیین کننده هستند. شواهد ما نشان می‌دهند که: سرمایه‌گذاری در ICT مزایای بهره‌وری مشخصی به دنبال دارد، تولید داخلی اقلام ICT منبع سرریزهای مهم دانش است، و در مورد مزایای TFP تخصص اندک در صنعت فن‌آوری اطلاعات با آزادی تجارت در کشور یعنی واردات اقلام ICT قابل جبران نیست. این نتایج به توضیح روند تخصص در تکنولوژی پیشرفته و تجارت بین الملل کمک می‌کنند.

باربارا^۹ (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان " تأثیر نوآوری بر عملکرد مالی: مطالعه تحقیقات مربوط به شرکت های کوچک و متوسط " به بررسی این موضوع پرداخت. نوآوری به منبع اصلی برای به دست آوردن یک مزیت رقابتی در بازار برای همه شرکت ها تبدیل شده است. این مطالعه به دنبال بررسی تأثیر نوآوری بر شرکت های کوچک و متوسط و همچنین تأثیر آن بر عملکرد مالی پرداخته است. نتایج انجام شده نشان می دهد که در شرکت های کوچک و متوسط توسعه نوآوری بر عملکرد مالی بی تأثیر نیست.

ترانگ^{۲۰} (۲۰۱۳) به بررسی تحقیقی با عنوان "مطالعه و پژوهش میان کشوری درباره نوآوری مصرف کننده و نوآوری خدمات فن آورانه" پرداخت. پیشینه تحقیقات نشان می‌دهد که مفهوم نوآوری مصرف‌کننده جهان‌شمول است. تصور می‌شود که نوآوران، نوجویان و ریسک کنندگان مستقل از هویت ملی خود باشند و به همین دلیل به ویژگی‌های مشابهی از نوآوری در سراسر بسیاری از کشورها جذب می‌شوند. با این حال، تحقیقات در بازاریابی بین فرهنگی نشان داده است که هنجارها و ارزش‌های فرهنگی تأثیرات مختلف بر پذیرش نوآوری دارد، یک یافته که به نظر می‌رسد در تناقض با این فرض است، این است که رابطه بین نوآوری مصرف‌کننده و پذیرش نوآوری در جهان یکنواخت است. این تحقیق اثرات نوآوری مصرف‌کننده را در نگرش نسبت به نوآوری مبتنی بر خدمات در سراسر سه کشور اروپایی مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج حاصل از چند گروه مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد که رابطه بین نوآوری مصرف‌کنندگان و نگرش به نوآوری در سراسر ابعاد سه‌گانه تازگی درک شده، ارزش درک شده و خطر درک شده متفاوت است.

ویلیام سن و همکاران^{۲۱} (۲۰۱۳) به بررسی تحقیق خود با عنوان "صفات شخصیتی کلیدی مهندسان برای توسعه نوآوری و فن آوری" پرداختند. در این تحقیق با تأکید به نقش های جدید مهندسين در نوآوری تکنولوژی و کارآفرینی داخلی اقدام به بررسی ویژگی های شخصیتی ۴۸۶۷ مهندس در برابر ۷۵۸۹۲ فرد غیرمهندس نمودیم. مهندسين امتیاز بیشتری در زمینه

^۸Venturini

^۹Barbara

^{۲۰}Truong

^{۲۱}Williamson

سرسختی و انگیزه های درونی داشته؛ ولی در مواردی مثل تأیید ادعا، خودآگاهی، سرویس رسانی به مشتری، ثبات عاطفی، برونگرایی، مدیریت تصویر، خوشبینی، سبک رویاپردازی و درایو کاری امتیاز کمتری کسب نمودند. تمامی این ویژگیها به غیر از چهار مورد ارتباط مثبتی با رضایت شغلی مهندسين داشته است. در کل، نتایج بدست آمده چندان در مورد نقش های جدید مهندسين مثل کارآفرینی امیدوار کننده نبوده اند. یافته ها در قالب پروفایل بندی شغلی مهندسين و نیز برنامه ریزی، انتخاب، تعلیم و توسعه حرفه ای شغل آنها مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

مهدوان و سوردی^۲(۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان " آثار پویایی عدم اطمینان بر رشد صادرات، واردات و بهره وری " به بررسی این موضوع پرداختند. این مقاله رابطه ی رشد بهره وری تجاری را با وارد کردن عدم قطعیت/ بی ثباتی در مدل VECM-GARCH بررسی می کند. با استفاده از سنگاپور به عنوان مطالعه ی موردی، شواهدی را می یابیم که حتی پس از کنترل عدم اطمینان اقتصادی در این مدل، از نقش حیاتی واردات به عنوان مجرای سودبخشی برای رشد در بهره وری عامل کل (TFP) و بهره وری نیروی کار پیشتیبانی می کند. تفاوت های موجود در نتایج آزمون علیت برای TFP، بهره وری نیروی کار و رشد تجارت بین مدل ها به همراه عدم اطمینان و بدون آن، اهمیت وارد کردن عدم اطمینان را برای گرفتن نتایج درست درباره ی روابط علی آنها نشان می دهد. یافته هایی که نشان می دهند بی ثباتی در رشد بهره وری مانع رشد واردات می شود درحالیکه بی ثباتی در رشد صادرات و واردات تأثیرات گوناگونی بر رشد بهره وری دارند، اشارات مهمی برای سیاست های رشد بهره وری دارند که قبلاً در نظر گرفته نشده بودند.

آنتونیو و همکاران^۳(۲۰۱۰) در تحقیقی " مفاهیم مزایای رقابتی درک شده، انطباق با تاکتیک های بازاریابی و تعهد صادرات بر عملکرد صادرات " را مورد بررسی قرار دادند. هدف این مقاله اکتشافی، پر کردن شکاف مهم در ادبیات بازاریابی بین المللی با بررسی تأثیر رفتار شرکت در بازارهای خارجی (تعهد صادراتی و انطباق تاکتیک های بازاریابی) بر مزایای رقابتی درک شده و عملکرد صادرات است. با استفاده یک نمونه از ۱۵۰ شرکت صادرات اسپانیایی، مشخص شد که شرکت هایی که تعهد بیشتری به بازارهای خارجی دارند تمایل بیشتری برای انطباق با عناصر برنامه بازاریابی دارند. این شرکت ها در بازار جهانی عملکرد بهتری دارند. علاوه بر این، نتایج اشاره می کنند که تطبیق تاکتیک های بازاریابی اثرات مستقیم بر عملکرد صادراتی ندارد، اگر چه دستیابی به مزیت های رقابتی درک شده در بازارهای خارجی، که به طور مثبت تحت تأثیر عملکرد صادرات قرار دارند.

مجوی و همکاران^۴(۲۰۰۵) در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر اندازه سازمانی و تجربه صادراتی بر عملکرد صادرات" این موضوع را مورد بررسی قرار داد. این تحقیق در شرکت های تولیدی ایتالیا طی سالهای ۱۹۹۷-۲۰۰۱ صورت گرفت و نشان داد که رابطه مثبت میان افزایش اندازه سازمان و تجربه صادراتی با کارایی صادرات وجود دارد. مطابق این تحقیق، نه سن سازمان، بلکه تجربه مرتبط صادرات موجب افزایش عملکرد مثبت صادراتی است. همچنان که مطالعات تأیید می کند. می توان گفت مسئله بررسی موانع صادراتی، مسئله ای چند بعدی است ضمن اینکه تابعی از ویژگی های سطح سازمان، نظیر کمبود تجربه کاری کارکنان می باشد.

رز و شوهم^۴(۲۰۰۲) در تحقیقی با عنوان "عملکرد صادرات و بازاریابی: ایجاد یک ارتباط تجربی" این موضوع را مورد بررسی قرار دادند. این مقاله به بررسی نتایج عملکرد صادرات در جهت گیری بازار و تأثیر تعدیل بالقوه رقابتی، فن آوری و محیط بازار پرداخته است. جهت گیری بازار را به سه بعد تغییر در فروش صادرات، سود صادرات و تغییر در سود صادرات تبدیل کرده است. تأثیر جهت گیری بازار بر سود صادرات و تغییر در سود صادرات در یک محیط متلاطم فن آوری قوی تر

^۲Mahadevan & Suardi

^۳Antonio et al

^۴Rose & Shoham

مؤثر بوده است. به طور کلی، این مطالعه ترکیب دو جریان مهم پژوهش، ارزیابی تعدیل تاثیر محیط و تجربی رابطه بین بازارگرایی و پیامدهای صادراتی پرداخته است.

روش تحقیق

هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین پیامدهای صادراتی و نوآوری با توجه به نقش میانجی بهره وری در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان است، می توان گفت پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی می باشد و با توجه به اینکه در این پژوهش از روش های مطالعه کتابخانه ای و نیز روش های میدانی نظیر پرسشنامه استفاده شده است، می توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش، یک پژوهش توصیفی است. پرسشنامه این تحقیق مربوط به پیامدهای صادراتی شامل ۲ بعد و ۷ پرسش، پرسشنامه ی نوآوری شامل ۳ بعد و ۱۵ پرسش و پرسشنامه بهره وری نیز شامل ۲ بعد و ۱۲ پرسش است. در این تحقیق جامعه آماری از بین فعالین صادرکننده حوزه شیلات استان هرمزگان انتخاب گردیده است. حجم جامعه در این تحقیق تعداد ۲۰۳ نفر بود که در نهایت با استفاده از فرمول کوکران با درصد خطای ۰,۰۵، تعداد ۱۳۳ مورد نمونه، جهت پخش پرسشنامه انتخاب گردیدند. در این پژوهش از دو روش کتابخانه ای و میدانی جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه به صورت بسته استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۴ بعد اصلی نوآوری، بهره وری و پیامدهای صادراتی می باشد که خلاصه آن در جدول ۱ قابل ارائه می باشد.

جدول ۱. ابعاد و سوالات پرسشنامه تحقیق

منبع	شماره سوالات	ابعاد	سازه اصلی
(پرز و همکاران، ۲۰۱۱)	۱-۴	میل به صادرات	پیامدهای صادراتی
	۵-۷	میزان صادرات	
	۸-۱۲	حمایت از R & D	نوآوری
	۱۳-۱۷	نوآوری محصول	
	۱۸-۲۲	نوآوری فرآیند	
	۲۳-۲۸	اثربخشی	بهره وری
	۲۹-۳۴	کارایی	

تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و لیزرل صورت گرفته است.

یافته های تحقیق

آزمون نرمال بودن توزیع داده ها

در این پژوهش از تکنیک کولموگوروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک برای تعیین نرمال بودن توزیع داده ها استفاده شده است که نتایج آزمون نرمال بودن داده ها در جدول ۲ ارائه شده است.

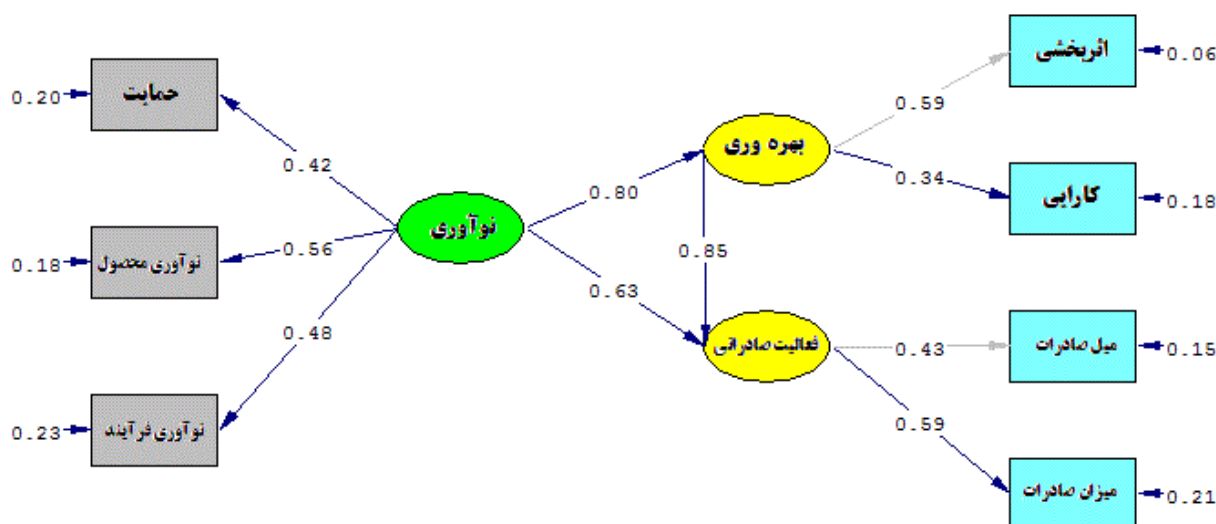
جدول ۲. نتایج آزمون نرمال بودن داده ها

کولموگروف-اسمیرنوف		شاپیرو-ویلک	
آزمون	معناداری	درجه آزادی	معناداری
میل به صادرات	۰,۰۹۷	۱۳۳	۰,۹۷۶
میزان صادرات	۰,۱۲۶	۱۳۳	۰,۹۴۴
حمایت از تحقیق و توسعه	۰,۱۰۳	۱۳۳	۰,۹۸۳
نوآوری محصول	۰,۰۶۸	۱۳۳	۰,۹۸۲
نوآوری فرآیند	۰,۰۸۸	۱۳۳	۰,۹۷۵
اثربخشی	۰,۰۸۶	۱۳۳	۰,۹۸۲
کارایی	۰,۰۹۱	۱۳۳	۰,۹۷۱

همان طور که در جدول ۲ نمایش داده شده است در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن داده ها وجود ندارد. به عبارت دیگر توزیع داده های تحقیق نرمال بوده و می توان آزمون های پارامتریک را اجرا کرد.

بررسی فرضیات تحقیق

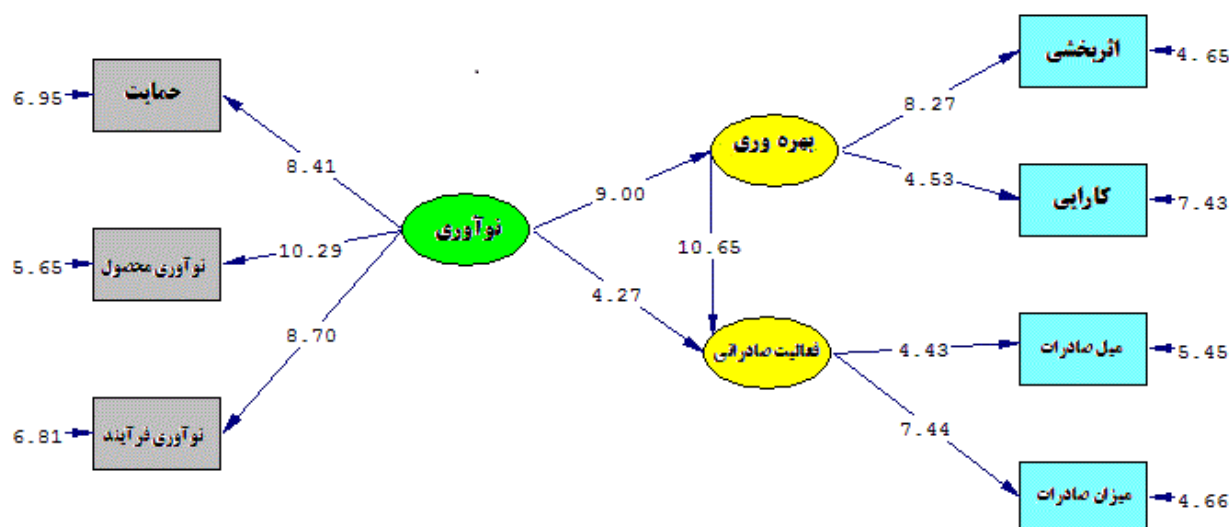
جهت بررسی فرضیات تحقیق از مدل معادلات ساختاری برای سنجش رابطه متغیرها استفاده شده است. مدل نهایی در نمودار شماره ۲ ارائه شده است. این مدل با اقتباس از برون داد نرم افزار لیزرل ترسیم شده است.



Chi-Square=26.45, df=11, P-value=0.00557, RMSEA=0.013

شکل ۲. نتایج تأیید مدل نهایی ارتباط بین متغیرهای تحقیق

نتایج حاصل از سنجش معناداری داده های مدل نیز در نمودار شماره ۳ ارائه شده است.



Chi-Square=26.45, df=11, P-value=0.00557, RMSEA=0.013

شکل ۳. آماره t-value نتایج تأیید مدل نهایی ارتباط بین متغیرهای تحقیق

فرضیه اول: نوآوری بر پیامدهای صادراتی تأثیر دارد.

برای سنجش سازه نوآوری از ۳ متغیر پنهان استفاده شده است. برای سنجش سازه پیامدهای صادراتی از ۲ متغیر پنهان استفاده شده است. بر طبق مدل اصلی پژوهش (شکل ۲) شدت رابطه میان متغیر نوآوری و پیامدهای صادراتی برابر ۰/۶۳ محاسبه شده است که نشان می‌دهد همبستگی بسیار قوی و مطلوبی میان این دو متغیر وجود دارد. آماره t آزمون نیز ۴/۲۷ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین فرضیه اول پژوهش تایید می‌گردد.

فرضیه دوم: نوآوری بر بهره وری تأثیر دارد.

برای سنجش سازه نوآوری از ۳ متغیر پنهان استفاده شده است. برای سنجش سازه بهره وری از ۲ متغیر پنهان استفاده شده است. بر طبق مدل اصلی پژوهش (شکل ۲) شدت رابطه میان متغیر نوآوری و بهره وری برابر ۰/۸۰ محاسبه شده است که نشان می‌دهد همبستگی بسیار قوی و مطلوبی میان این دو متغیر وجود دارد. آماره t آزمون نیز ۹/۰۰ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تایید می‌گردد.

فرضیه سوم: بهره وری بر پیامدهای صادراتی تأثیر دارد.

برای سنجش سازه بهره وری از ۲ متغیر پنهان استفاده شده است. برای سنجش سازه پیامدهای صادراتی از ۲ متغیر پنهان استفاده شده است. بر طبق مدل اصلی پژوهش (شکل ۲) شدت رابطه میان متغیر بهره وری و پیامدهای صادراتی برابر ۰/۸۵ محاسبه شده است که نشان می‌دهد همبستگی بسیار قوی و مطلوبی میان این دو متغیر وجود دارد. آماره t آزمون نیز ۱۰/۶۵ بدست آمده است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین فرضیه سوم پژوهش تایید می‌گردد.

فرضیه چهارم: نوآوری بر پیامدهای صادراتی با در نظر گرفتن نقش میانجی بهره وری تأثیر دارد.

به منظور بررسی اثر میانجی بهره وری در فرضیه مورد بحث، بایستی اثر مستقیم دو سازه را با اثر غیر مستقیم در حالت دخیل ساختن متغیر میانجی مورد بررسی قرار داد تا در صورت افزایش اثر بتوان اثر میانجی را قابل قبول دانست. در فرضیه حاضر اثر مستقیم برابر $0/63$ می باشد. اثر غیر مستقیم در صورت وجود متغیر میانجی عبارت است از:

$$0,65 = 0,85 * 0,80$$

با توجه به بیشتر بودن اثر مسیر غیر مستقیم از مسیر مستقیم بنابراین وجود متغیر میانجی تأثیر را افزایش می دهد و نقش میانجی در فرضیه حاضر مورد تایید واقع می شود.

بحث و نتیجه گیری و پیشنهادات. در این تحقیق، رابطه بین پیامدهای صادراتی و نوآوری با توجه به نقش میانجی بهره وری در بین فعالین حوزه شیلات استان هرمزگان مورد ارزیابی قرار گرفته است. دانش و نوآوری در توسعه و پیشرفت کشورها، به خصوص کشورهای در حال توسعه نقش عمده ای دارد. به این صورت که دانش و نوآوری می تواند ابزارهای لازم برای مقابله با مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه را در اختیار آنها قرار دهد. توجه بیشتر بر روی ایجاد نوآوری و صادرات در صنایع کشور و حل مشکلات موجود صادرات در کشورهای جهان سوم و بالاخص ایران است، باید صادرات را در صنعت بهبود دهیم تا بتوانیم علاوه بر اجرای تجاری سازی ایده های خلق شده در تحقیق و توسعه و دانشگاه ها، حتی به نوآوری و انتقال فناوری به دیگر صنایع و کشورها دست یابیم.

پس از شناسایی ابعاد پیامدهای صادراتی، نوآوری و بهره وری، روابط بین متغیرهای شناسایی شده در قالب یک مدل معادلات ساختاری ارائه گردید. در مرحله بعد با شناسایی گویه های سنجش متغیرهای پنهان سه پرسشنامه برای گردآوری داده ها طراحی گردید. برای ارزش گذاری پاسخ های پرسش های تخصصی از طیف لیکرت پنج درجه استفاده شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. برای محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه نوآوری $0/811$ ، برای پرسشنامه بهره وری $0/851$ و برای پرسشنامه پیامدهای صادراتی $0/833$ محاسبه گردید. بنابراین پایایی هر سه پرسشنامه بسیار مطلوب ارزیابی گردیده است. جامعه آماری این تحقیق شامل فعالین حوزه صادرات شیلات استان هرمزگان است. پس از اطمینان از روایی و پایایی مقیاس های طراحی شده براساس محاسبات انجام شده، پرسشنامه ها در نمونه ای به حجم ۱۳۳ نفر توزیع شد. سپس برای بررسی و توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از روش های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده است. برای تعیین روابط بین متغیرها نیز از تکنیک مدلیابی معادلات ساختاری بهره گرفته شده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و LISREL صورت گرفته است.

نتایج پژوهش

دستاوردهای تحلیلی این پژوهش را می توان در دو دسته فراگیر بخش بندی و ارائه نمود. نخست یافته های مربوط به ویژگی های عمومی پاسخگویان و دوم اطلاعات حاصل از داده های خام گردآوری شده پیرامون فرضیه های تحقیق. ویژگی های عمومی جامعه آماری مورد پژوهش با استفاده از روش های آمار توصیفی به صورت زیر بوده است:

تعداد ۹۲ نفر یعنی ۶۹,۲ درصد پاسخ دهندگان مرد بوده اند. تعداد ۴۱ نفر یعنی ۳۰,۸ درصد پاسخ دهندگان نیز زن بوده اند. ۲۴ نفر از پاسخ دهندگان در بازه سنی کمتر از ۳۰ سال قرار دارند. تعداد ۴۵ نفر از افراد پاسخ دهنده ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند که دارنده بیشترین فراوانی است. بازه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، با ۳۲ نفر حدود ۲۴ درصد حجم نمونه را تشکیل می دهند. و مجدداً تعداد ۳۲ نفر از افراد در بازه ی سنی بیشتر از ۵۰ سال هستند. تعداد ۴۲ نفر از افراد پاسخ دهنده دارای کمتر از ۵ سال سابقه خدمت هستند که دارنده بیشترین فراوانی است. ۳۴ نفر از پاسخ دهندگان دارای ۵ تا ۱۰ سال

سابقه خدمت هستند. افراد دارای سابقه ی خدمت ۱۰ تا ۱۵ سال و ۱۵-۲۵ سال ۲۵ نفر بوده و ۷ نفر از پاسخ دهندگان نیز دارای سابقه خدمت بیشتر از ۲۵ سال هستند. ۱۷ نفر از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات دیپلم و پایینتر و ۳۱ نفر دارای تحصیلات کاردانی می باشند. تعداد ۵۸ نفر از پاسخ دهندگان دارای مدرک کارشناسی بوده که بیشترین درصد از حجم نمونه را شامل می شوند. ۲۷ نفر از پاسخ دهندگان نیز، دارای مدرک تحصیلات تکمیلی هستند.

طیبی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران" با هدف بررسی اثر نوآوری بر صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشورهای منتخب با بازار نوظهور شامل چین، هند، کره جنوبی، برزیل و ترکیه به بررسی اثر نوآوری بر صادرات پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که نوآوری در این کشورها اثری مثبت و معنادار بر صادرات خدمات فنی و مهندسی داشته است. در مقایسه ی نتایج تحقیق طیبی و همکاران (۱۳۹۳) و تحقیق پیش رو، نتایج همسو می باشد. تفاوت دو تحقیق را می توان اینگونه بیان نمود که در تحقیق طیبی و همکاران (۱۳۹۳) موضوع تاثیر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی مورد بررسی قرار گرفته است اما در تحقیق حاضر تاثیر نوآوری بر پیامدهای صادراتی با توجه به نقش میانجی بهره وری مورد بررسی قرار گرفته است.

باربارا (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان "تأثیر نوآوری بر عملکرد مالی: مطالعه تحقیقات مربوط به شرکت های کوچک و متوسط" به بررسی این موضوع پرداخت. نوآوری به منبع اصلی برای به دست آوردن یک مزیت رقابتی در بازار برای همه شرکت ها تبدیل شده است. نتایج انجام شده نشان می دهد که در شرکت های کوچک و متوسط توسعه نوآوری بر عملکرد مالی بی تأثیر نیست. در مقایسه ی نتایج دو تحقیق می توان بیان نمود که نتایج تقریباً همسو می باشند، با این تفاوت که در تحقیق باربارا (۲۰۱۳) تاثیر نوآوری بر عملکرد مالی در نظر گرفته شده است اما در تحقیق پیش رو تاثیر نوآوری بر پیامدهای صادراتی مورد بررسی قرار گرفته است.

پیشنهادهای کاربردی

۱. بر اساس فرضیه اول تحقیق مشخص گردید نوآوری بر پیامدهای صادراتی تأثیر دارد. با عنایت به این موضوع، ترویج پیشنهادات ذیل در سازمان می تواند مدنظر قرار گیرد:

✓ مدیریت عالی سازمان جهت حل مسائل و چالش های سازمان؛ به عوامل و موانع موثر در نوآوری سازمانی که در این پژوهش به آن اشاره شده است توجه لازم را مبذول دارد. همچنین لازم است تا مدیریت سازمان عوامل موثر بر شکل گیری فرآیند نوآوری را در سازمان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد و نسبت به رفع موانع و تقویت فرصت ها و عوامل موثر جهت ایجاد خلاقیت و نوآوری در موسسه اقدام نماید.

✓ برای افزایش خلاقیت و نوآوری، معقول این است که سازمان استراتژی مبتنی بر نوآوری (تنوع) را اتخاذ کنند. این نوع استراتژی برای ایجاد بازار و عرضه کالای منحصر به فرد، از راه تنوع بخشیدن به محصول تلاش می کند و معمولاً در این استراتژی سازمان به ویژگی های نوعی محصول ابتکاری و تبلیغات دامنه دار روی منحصر به فرد بودن آن تکیه می کند. راهکارهای اجرایی جهت افزایش خلاقیت و نوآوری در استراتژی های رقابتی نیز عبارتند از: اعمال تفاوت در پاداش و مزایای مادی و معنوی سازمانی بین کارکنانی که با تفکر و خلاقانه کار می کنند، با کسانی که شیوه های متداول را در انجام کارها در پیش می گیرند، تعیین گروه هایی جهت انجام پژوهشهای کاربردی در زمینه بهبود روند نوآوری در سازمان، درک اهمیت خلاقیت و نوآوری را در عصر حاضر بواسطه ی سازمان ها و ...

۲. بر اساس فرضیه دوم تحقیق مشخص گردید نوآوری بر بهره وری تأثیر دارد. با عنایت به این موضوع، ترویج پیشنهادات ذیل در سازمان می تواند مدنظر قرار گیرد:

✓ با پیشرفت تکنولوژی و استفاده ی هرچه بیشتر از علوم جدید شاهد اقتصادهای مدرن و توسعه یافته هستیم. کشورهای کمتر توسعه یافته نیز در پی به کارگیری روش های جدید برای رسیدن به سطوح بالای رشد اقتصادی هستند. از این رو؛ پیشنهاد می گردد سازمان با ایجاد تغییرات در طرز تفکر، اشیاء، فرآیندها یا خدمات، ساختار خود را منعطف نموده و خود را با روش ها و راهبردهای جدید تطبیق دهد تا بدین طریق افزایش هرچه بیشتر بهره وری سازمان را منجر گردد.

✓ نوآوری امری است که لزوم آن دائماً در سازمان احساس می شود. بنابراین، باید نهادینه شود و جزء کار و فرهنگ سازمان گردد. از این رو پیشنهاد می گردد با ایجاد هسته های پژوهشی و نوآوری در سازمان، ایجاد باورهای مشترک برای نوآوری، ایجاد محیطی در سازمان که کارکنان بتوانند نظریات و اندیشه های خود را بروز دهند و ... نوآوری در سازمان و به تبع آن افزایش بهره وری را منجرگردند.

۳. بر اساس فرضیه سوم تحقیق مشخص گردید بهره وری بر پیامدهای صادراتی تأثیر دارد. با عنایت به این موضوع، ترویج پیشنهادات ذیل در سازمان می تواند مدنظر قرار گیرد:

✓ با ایجاد و اجرای نظام پیشنهادات و تشکیل گروه های کوچک کاری، نظیر گروه های کنترل کیفی، گروه کاهش ضایعات، استفاده از توانایی های شخصی کارکنان و مشارکشان در گروه های کاری با ارائه ی نظرات و پیشنهادات سازنده و مواردی از این قبیل، بهره وری سازمان را ارتقاء بخشند.

✓ پیشنهاد می شود با اعطای پاداش مالی و تشویقی به کارکنان با هدف ایجاد انگیزه در آنها و رضایتمندی بیشتر کارکنان از کارشان، از این امر به عنوان راهی برای سهیم کردن کارکنان در موفقیت های سازمانی و افزایش بهره وری سازمان بهره گیرند.

منابع

۱. برومند، مجتبی؛ رنجبری، مریم؛ (۱۳۹۸) " اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری با تاکید بر نقش مدیریت دانش". ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۲۴، صص ۴۱-۵۴.
۲. جمالی پاقلعه، مرتضی؛ شفیع زاده، احسان؛ (۱۳۹۱). رویکرد تحلیلی مقایسه ای به تحقیق و توسعه در ایران و چند کشور پیشرفته.
۳. حافظ نیا، م، ر، (۱۳۸۸) مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، چاپ هشتم، تهران.
۴. حسینی، فرشید؛ حسنقلی پور، طهمورث؛ متوسلی، محمود؛ محمدی، شاپور؛ (۱۳۸۸). تأثیر برنامه های تشویق صادرات بر عملکرد صادراتی: مطالعه ی موردی صنعت برق، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره دوم، شماره پنجم، دانشگاه تهران.
۵. دلاور، عطیه؛ محمدی، مهدی؛ سلامی، رضا؛ منوچهر؛ (۱۳۹۱) " فرآیند تجاری سازی محصولات با فناوری پیشرفته (مطالعه موردی در هواپیماهای تجاری) "، بهبود مدیریت، سال ششم، شماره ۱، پیاپی ۱۵، صفحه ۸۱ تا ۱۰۴.
۶. رحمانی، میترا؛ عابدین مقانکی، محمدرضا؛ (۱۳۸۷) " بررسی امکان توسعه صادرات ایران با شرکای تجاری منتخب"، فصلنامه پژوهش های بازرگانی، سال دوازدهم، شماره ۴۶.
۷. زحمتکش، سمیه؛ (۱۳۸۹)، " تبیین مدلی جهت ارزیابی عملکرد صادراتی در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران"
۸. شاه آبادی، ابوالفضل. احمدی روشن، زهرا. بررسی عوامل تع یین کننده نوآوری (مطالعه موردی کشورهای D8) دومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران، ۱۳۸۹

۹. شاه آبادی، ابوالفضل؛ ثمری، هانیه؛ (۱۳۹۳) نوآوری و صادرات مبتنی بر فناوری برتر مقایسه جمهوری اسلامی ایران با کشورهای منتخب سند چشم انداز؛ رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال دهم، شماره ۳۸، صفحه ۴۵ تا ۵۴.
۱۰. شیلینگ ملیسا آ.، "مدیریت استراتژیک نوآوری تکنولوژیک"، ترجمه: اعرابی محمد، تقی زاده مطلق محمد (۱۳۸۶)، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
۱۱. صالحیان، ابوالفضل؛ (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین ویژگی های شرکت های تولیدی- صادراتی فرش از نظر دموگرافی و مشخصات صادراتی و میزان آگاهی بکارگیری و برداشت مدیران از برنامه های تشویق صادرات دولت. مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۱۲. طاهری، شهنام؛ (۱۳۸۰) " بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان ها (مدیریت بهره‌وری فراگیر) " نشر هوای تازه، تهران.
۱۳. طیبی، سید کمال؛ زمانی، زهرا؛ نوروزی، طالخونچه؛ شکری، محمود؛ (۱۳۹۳) " اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران " فصلنامه علوم اقتصادی سال ۸، شماره ۷۲، صفحه ۱۱ تا ۲۷.
۱۴. عزیزی، شهریار؛ مکی زاده، وحید؛ جمالیه بسطامی، بهتاش؛ (۱۳۹۰)، " مدل عملکرد صادراتی با رویکرد توانمندی های بازاریابی در صنعت نرم افزار ایران " مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۳، شماره ۶، صفحه ۴۵ تا ۶۲.
۱۵. کاتلر، فیلیپ (۱۳۸۲). مدیریت بازاریابی: تجزیه و تحلیل، برنامه هریزی، اجراء و کنترل ترجمه بهمن فروزنده. تهران: انتشارات آتروپات.
۱۶. کیگان، وارن جی (۱۳۸۰). مدیریت بازاریابی جهان . ی ترجمه عبد الحمید ابراهیمی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
۱۷. محمودوند ناهیدی، محمدرضا؛ جابری خسروشاهی، ناهید؛ (۱۳۹۰)، " رابطه بهره وری کل عوامل تولید و بهره وری نیروی کار در ایران "، فصلنامه مدل سازی اقتصادی، سال چهارم، شماره ۲، پیاپی ۱۲، صص ۱۳۷-۱۶۴.
۱۸. محمدی، مهدی؛ (۱۳۹۰)، الگویی برای شک لگیری نظام نوآوری فناورانه نوظهور در ایران؛ پایان نامه دکترا. استاد راهنما: محمدتقی تقوی فرد، دانشگاه علامه طباطبایی
۱۹. مشبکی، اصغر؛ خادمی، علی اکبر؛ (۱۳۹۱)، " نقش برنامه های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاه ها " سال ششم، شماره ۳، پیاپی ۱۷، صص ۹۸-۱۳۵
۲۰. مهرآرا، محسن؛ محسنی، رضا؛ (۱۳۸۳)، " آثار تجارت خارجی بر بهره وری: مورد ایران "، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۶۶، صص ۵۷-۸۹.
۲۱. مویدنیا، فریبا؛ (۱۳۸۵)، " مدیریت و رهبری تحول " ماهنامه تدبیر- سال هفدهم-شماره ۱۶۷
۲۲. میر غفوری، سید حبیب اله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ کریمی تبا، مریم؛ (۱۳۹۲) رتبه بندی عوامل مؤثر بر ارتقای نوآوری در شرکت های وابسته به مراکز رشد با استفاده از تکنیک تاپسیس فازی؛ مطالعه موردی پارک علم و فناوری یزد، رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره ۳۶، صفحه ۱۹ تا ۲۸.
۲۳. نصراله نیا، محمد؛ مداحی، محمد ابراهیم؛ رحمانی زاده، فرزانه؛ (۱۳۹۳)، " بررسی عملکرد بهره وری در رشد اقتصادی ایران و برخی کشورهای عضو سازمان بهره وری آسیایی " فصلنامه علمی پژوهشی دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، سال هفتم، شماره بیست و سوم
۲۴. لاین، پل ۲۰۱۰. راهنمایی آسان تحلیل عاملی، ترجمه سید جلال صدرالسادات و اصغر مینائی، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول

۲۵. خاکی، غلامرضا (۱۳۸۵). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران: کانون فرهنگی انتشارات داریت،
۲۶. حافظ نیا، محمدرضا. ۱۳۹۱. مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت
۱. Damanpour, Fariborz, M. Walker, Richard, N. Avellaneda, Claudia. " Combinative Effects of Innovation Types and Organization Performance: A Longitudinal Study of Service Organization", Journal of Management studies, No. 46:4, 2019.
۲. FrancescoVenturini, (2015), "The modern drivers of productivity", Research Policy 44 , ۳۵۷-۳۶۹.
۳. Gibson,D, Naquin,H, (2021) Investing in innovation to enable global competitiveness: The caseof Portugal. International Journal of Technological Forecasting & Social Change, 78 .PP. 1299-1309.
۴. Gibson,D, Naquin,H, Investing in innovation to enable global competitiveness: The case of Portugal. International Journal of Technological Forecasting & Social Change, 78 .1299-۱۳۰۹, ۲۰۱۱.
۵. Gregory M. Rose, Aviv Shoham, (2022), "Export performance and market orientation Establishing an empirical link" Journal of Business Research 55, pp 217- 2۲۵.
۶. Jeanine M. Williamson , John W. Lounsbury, Lee D. Han (2013). Key personality traits of engineers for innovation and technology development.
۷. Jimenez-Jimenez,D .,Vall,R.S .and Espallardo,M.H .(20۱۸), "□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ –The role of market orientation and organizational learning" ,European Journal of innovation Management , 11 (3). 389-412.
۸. Katsikeas, C.S., Piercy, N.F. and Ionnidis, L.C. (2000), Determinants of export performance in a European context , European Journal of Marketing, Vol. 30 No. 6, pp. 6.
۹. kazazi .A, Scholl. A. (2013) Total Quality Management Impact on Innovation Performance: Effects of Organizational Learning moderator. Journal of improvement and change management. No. III. Pp. 17-1.
۱۰. Kazem, A (2016)," Exporting Firms' Strategic Choices: The Case of Egyptian SMEs in the Food Industry", S.A.M. Advanced Management Journal, Vol. 71, 3; ABI/INFORM Global pg. 21
۱۱. Kim, L. and Nelson, R, Technology, Learning & Innovation, Cambrige University Press, Cambridge, 2008.
۱۲. Lages, L.F and Montgomery, D.B (2014)," Export performance as an antecedent of export commitment and marketing strategy adaptation", European Journal of Marketing Vol. 38 No. 9/10, pp. 1186-1214
۱۳. Laursen, Keld and Salter, Ammon (2014)"Open for Innovation, The Role of Openness in Explaining Innovation Performance Among UK Manufacturing firms"; DRUID/ Copenhagen Business School, 2004.research, P41-59.
۱۴. Li, Y., Zhou, N, Si, Y." Exploratory Innovation, Exploitative Innovation and Performance", Nanokai Business Review International, Vol. 1,No.3, 2010.
۱۵. Lymbersky, christoph. (2018). Market entry strategies. 1st Edition. New York: Management Laboratory Press.
۱۶. Mckeown, Max The Truth about Innovation; Pearson Financial Times, ISBN 0273719122, ۲۰۰۸.
۱۷. Moini, A. H. "Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms" Journal of Global Marketing , Vol. 10, No. 4, 2000.
۱۸. Paavo Ritala, Incremental and Radical Innovation in Coopetition The Role of Absorptive Capacity and Appropriability, 2022.

۱۹. Rowley, J., Baragheh, A., Sambrook, S. "Towards an Innovation Type Mapping Tool," *Management Decision*, Vol.49, No.1, 2011.
۲۰. Shahn, Arash. Sadeq Beigi, Armaghan (2020), *Innovation Management*, First Edition, Publications of the University Jihad.
۲۱. Şule Özler & Erol Tayma & Kamil Yilmaz, *History Matters for the Export Decision*, 2008.
۲۲. Weerawardena, j., Ocas, A, Julian C (2016), "Does industry matter? Examining the role of industry structure and organizational learning in innovation and brand performance." *Journal of business*
۲۳. Wilkson Timothy and Brouthers lance Eliot (2016). Trade Promotion and SME export performance, *International Business Review*, Vol.15.
۲۴. Wonglimpiyarat, J. "The Use of Strategies in Managing Technological Innovation." *European Journal of Innovation Management*, 7(3): 229-250, 2004.
۲۵. Wonglimpiyarat, J. (2014), "The Use of Strategies in Managing Technological Innovation". *European Journal of Innovation Management*, 7(3):pp 229-250.
۲۶. Yann Truong (2023). A cross-country study of consumer innovativeness and technological service innovation.