

بررسی عوامل موثر بر عملکرد صادراتی با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری

سهیلا صیادی شیرتری^۱، امیر بابک مرجانی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تحول، دانشگاه مدیریت آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

^۲ استادیار دانشگاه تهران مرکزی پایه

چکیده:

آنچه در دهه های اخیر بیش از پیش نمود پیدا کرده است، بین المللی شدن تجارت و رو آوردن شرکت ها به بازار جهانی است. در این شرایط شرکت ها از طرق مختلف می کوشند تا کالا و خدمات خود را در سرتاسر دنیا به فروش برسانند و سود خود را حداکثر نمایند. از این رو هدف این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکت های فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی از منظر گرایش به کارآفرینی، ظرفیت تحول سازمانی و عملکرد نوآوری است. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، کلیه کارشناسان شرکت های فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی در شهر تهران که در زمینه صادرات نیز فعالیت می کنند، می باشد. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۳۹۰ نفر برآورد شد که به شیوه نمونه گیری طبقه بندی انتخاب شدند. به منظور سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه های استاندارد ظرفیت تحول سازمانی (رمضان و همکاران، ۲۰۱۳)، عملکرد صادراتی (آلترن و همکاران، ۲۰۱۵)، عملکرد نوآوری (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۴)، گرایش به کارآفرینی (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۴) استفاده شد. مقدار شاخص روایی محتوای (CVI) پرسشنامه ۰.۷ و قابل قبول بود. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ نیز برای همه موارد بالاتر از ۰/۷ بود و این، نشان دهنده تأیید شدن پایایی آیتیم های مورد ارزیابی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار PLS استفاده شد. با توجه به ضرایب مسیر بدست آمده ۰/۱۶۵، ۰/۱۹۹ و ۰/۶۰۵ و همچنین مقدار t آماری ۴/۶۲۹، ۴/۷۹۲ و ۱۵/۳۶۲ به ترتیب عامل ظرفیت تحول سازمانی، عملکرد نوآوری و گرایش به کارآفرینی بر بهبود عملکرد صادراتی تأثیر مستقیم و معناداری داشت.

کلید واژه ها: ظرفیت تحول سازمانی، عملکرد نوآوری، گرایش به کارآفرینی، بهبود عملکرد صادراتی

۱. مقدمه

یکی از مواردی که در سال های اخیر در خصوص حضور سازمان ها در بازارهای جهانی مطرح شده است، عملکرد صادراتی سازمان ها است. عملکرد صادراتی به معنای موفقیت یک سازمان در کسب سهم از بازار و تحقق سودآوری در بازارهای فراملی است (آلترن^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). عملکرد صادراتی نتایج مثبت فراوانی برای سازمان ها به همراه دارد. امکان گسترش بازار و پیاده سازی استراتژی های توسعه بازار؛ افزایش فروش و بهبود سودآوری؛ گریز از شرایط رقابتی داخلی و ورود به بازارهایی که کمتر رقابتی هستند؛ بهبود جایگاه برند در سطح بین المللی و غیره؛ از جمله مهمترین مزیت های بهبود عملکرد صادراتی در سازمانهای مختلف است (اسپانوس^۲، ۲۰۱۶؛ اسکارمیس^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). به طور کلی در مورد فواید و نتایج بهبود عملکرد صادراتی، توافق نظر وجود دارد اما سؤال اینجاست که چه عواملی بر عملکرد صادراتی مؤثرند؟

یکی از مواردی که در سال های اخیر در خصوص عوامل تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی مطرح شده است، عملکرد کارآفرینی می باشد. کارآفرینی می تواند به عنوان مشخصه مدیران و مالکان کسب و کارهای فردی تعریف شود که در آن کارآفرین با توسعه واکنش های نوآور به مصاف عدم اطمینان محیطی می رود. یکی از دیدگاه های مهمی که فرایند کارآفرینی را به استراتژی های سازمان پیوند می دهد، گرایش به کارآفرینی است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۰). محققان معتقدند سازمان هایی که استراتژی گرایش به کارآفرینی دارند، دارای ویژگی هایی نظیر نوآوری در بازار و محصول، ریسک پذیری و ابتکار عمل می باشند (فرانکو و هاس^۴، ۲۰۱۳). با وجود آن که بر نقش مثبت کارآفرینی در سازمان ها تأکید شده است اما در خصوص تأثیر آن بر عملکرد صادراتی، مطالعات زیادی به انجام نرسیده است؛ بنابراین سؤال اول تحقیق این است که آیا گرایش به کارآفرینی می تواند بر عملکرد صادراتی تأثیرگذار باشد؟

همچنین یکی دیگر از راهکارهایی که به تازگی و در تحقیقات اخیر تأکید زیادی بر آن شده است، عملکرد نوآوری می باشد. نوآوری، عبارت است از توسعه و پیاده سازی ایده های جدید و خلاقانه به نحوی که هزینه های فعلی را کاهش دهد و یا منجر به ارائه محصول یا خدمت جدیدی گردد (فرناندز-مسا^۵ و همکاران، ۲۰۱۵). محققان بیان می کنند که نوآوری در قالب توسعه یک ایده جدید در فرآیند، خدمات و یا یک محصول جدید سهم بازار شرکت را افزایش داده و منجر به عملکرد بهتر شرکت می شود (لین و چن^۶، ۲۰۰۷)؛ بنابراین به نظر می رسد گرایش به نوآوری می تواند بر عملکرد صادراتی تأثیرگذار باشد. با این حال از آنجایی که تحقیقات زیادی در این مورد، به خصوص در ایران به انجام نرسیده است و این موضوع به صورت سؤال دوم تحقیق مطرح می گردد که: آیا عملکرد نوآوری می تواند بر عملکرد صادراتی مؤثر باشد؟

از موارد دیگری که می توان به عنوان عامل تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی نام برد، ظرفیت تحول سازمانی است. ظرفیت تحول سازمانی به معنای پتانسیل و آمادگی سازمان در اجرای برنامه های تحول و هماهنگی با محیط پر تلاطم بازار است به نحوی که سازمان بتواند به خوبی به رویدادهای محیطی پاسخ دهد و در صورت نیاز، در زمان اندک و با کارایی بالا، برنامه های تحول را اجرایی نماید (رمضان و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به این که محیط رقابتی بین المللی، با چالش های بیشتری نسبت به محیط داخلی همراه است، سؤالی که مطرح می شود این است که: آیا گرایش به تحول سازمانی می تواند بر عملکرد صادراتی مؤثر باشد؟

۱.۱. پیشینه تجربی تحقیق

ابراهیمی و گرمپور (۱۳۸۳)، با انجام پژوهشی تحت عنوان "تعیین راهبرد رقابتی و نوآوری دانش فنی بر عملکرد صادراتی" ادعان داشتند که تعیین درجه اثرگذاری نوآوری دانش فنی و راهبرد رقابتی بر عملکرد صادراتی شرکت های SME موجود در

¹ Alteren

² Spanos

³ Skarmeas

⁴ Franco & Haase

⁵ Fernandez-Mesa

⁶ Lin

بخش صنعت بلور و شیشه سازی، با در نظر گرفتن نقش محیط رقابتی اثرات فوق است. نتایج نشان داد که راهبرد رقابتی و نوآوری دانش فنی هر دو بر عملکرد صادراتی اثر می گذراند؛ اما میزان تأثیر نوآوری دانش فنی بر عملکرد صادراتی بیش تر از به کارگیری نوع راهبرد است. همچنین به این نتیجه دست یافتند که رابطه معناداری میان نوع راهبرد و نوآوری این شرکت ها وجود دارد و آنها عنوان کردند که محیط تأثیر معناداری بر روابط میان متغیرهای برونزا (انواع راهبرد و نوآوری دانش فنی) و متغیر درونزا (عملکرد صادراتی) دارد (به نقل از رحمانی و عابدین مقانکی، ۱۳۸۷).

رهنورد و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر همترازی های عمودی و افقی راهبردهای صادرات بر عملکرد صادراتی در صد شرکت برتر ایران" به بررسی مؤلفه های عملکرد صادراتی شرکت های برتر ایران پرداختند. یافته های پژوهش نشان داد که اولاً، بین متغیرهای همترازی و عملکرد صادراتی، همبستگی مثبت و قوی وجود دارد، متغیر همترازی عمودی، به طور مستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیر می گذارد و متغیرهای همترازی افقی و گروه محصولات نیز تأثیر تعدیل کننده دارند. دوم اینکه، میزان تأثیر متغیر همترازی عمودی بر عملکرد صادراتی بیشتر است (به نقل از ربیعی و صادق زاده، ۱۳۹۰).

مشبکی و خادمی (۱۳۹۱)، در تحقیقی با عنوان "نقش برنامه های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاه ها" به بررسی مؤلفه های برنامه های توسعه صادرات پرداختند. یافته های تحقیق نشان داد که هرچند برنامه های توسعه صادرات به طور مستقیم تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی شرکت ها ندارد اما به واسطه عوامل محیطی درونی تأثیر غیر مستقیم بر عملکرد صادراتی دارد.

کلاه کج و درزیان عزیزی (۱۳۹۲)، پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر ابعاد توسعه کارآفرینی بر عملکرد صادرات شرکت های کوچک و متوسط" انجام دادند. به گفته آنها جهانی شدن بازارها، یکپارچگی اقتصاد جهانی، رقابت شدید، عدم اطمینان، ناپایداری محیط تجارت در سطح جهانی الزامات نوینی را برای کشورهایی که علاقه مند به بقا و رقابت در محیط پیچیده و ناپایدار اقتصاد جهانی هستند، پدید آورده اند. این الزامات، دربرگیرنده مواردی همچوت استفاده از ابزارها، تکنولوژی ها و روش های جدید برای انجام فعالیت های تجاری از جمله صادرات است. با توجه به نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات و اینکه کارآفرینی یکی از عواملی است که بیشترین تأثیر را بر موفقیت و رشد اقتصادی بنگاه ها، کشورها و دولت ها داشته است. نتایج نشان داد که رابطه بین نوآوری، رقابت پذیری، توسعه کارآفرینی سازمانی و مهندسی محصول جدید با عملکرد صادرات معنی دار است (به نقل از شاه حسینی و فقیه علی آبادی، ۱۳۹۲).

ماوروگیانیس^۷ و همکاران (۲۰۰۸)، در تحقیقی به بررسی موضوع عملکرد صادراتی شرکت های تولید کننده مواد غذایی پرداختند. این تحقیق در کشور یونان به انجام رسید و هدف محقق، توسعه و تخمین مدلی به منظور پیش بینی عملکرد صادرات بوده است. نتایج نشان داد که مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه و بهبود عملکرد صادرات در شرکتهای مختلف عبارتند از: آمیخته بازاریابی صادرات، گرایش کارآفرینانه، موانع و مشکلات تجاری (به نقل از بیل و هوکو، ۲۰۰۹).

محققین هندی با نام چاندھاری^۸ و همکاران (۲۰۱۲)، در تحقیقی به بررسی موانع کلی صادرات از کشور هند به اتحادیه اروپا پرداختند. این محققان بیان می دارند که کشور هند یکی از شرکای تجاری اصلی اتحادیه اروپا است. با این حال چشم انداز پیش بینی شده برای سطح صادرات هند به اتحادیه اروپا بسیاری بیشتر از سطح کنونی است. به همین خاطر بررسی موانع توسعه صادرات در این کشور از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج نشان داد که مهمترین موانع صادرات عبارتند از: تعرفه، قوانین دست و پا گیر دولتی، مشکل دسترسی به بازار هدف، میزان تقاضا برای محصولات، نرخ تغییر ارز، تفاوت های فرهنگی، فساد اداری، کمبود سرمایه در اغلب شرکت های هندی

جلالی^۹ (۲۰۱۳)، در تحقیقی با عنوان "ارزیابی موانع صادرات خدمات فنی و مهندسی" به بررسی موانع موجود بر سر راه توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی پرداخت. نتایج نشان می دهد که ۶ عامل به عنوان موانع توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی مطرح هستند که عبارتند از: رقابت بین المللی، تصویر ذهنی از شرکت، کیفیت خدمات، فقدان کمک ها و حمایت

⁷Mavrogiannis

⁸Chandhari

⁹Jalali

دولتی، کمبود نیروی کار متخصص، ریسک تجاری، برای مواجهه با این موانع، بهترین راه حل پیشنهادی، استفاده از استراتژی تعریف شده تجاری است. همچنین حمایت دولت در این بخش، نقش تعیین کننده ای خواهد داشت.

۱.۲. تعریف مفاهیم

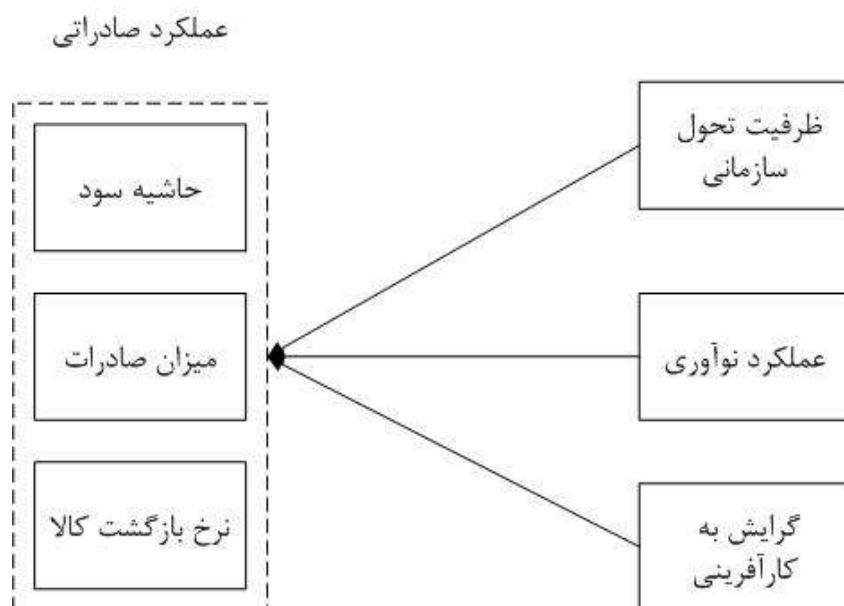
ظرفیت تحول سازمانی: عبارت است از توانایی یک سازمان برای برنامه ریزی، طراحی و اجرای برنامه های تغییر که همراستا با منافع سهامداران و ذینفعان صورت می گیرد و می تواند انعطاف پذیری و تغییر مواضع سازمان را در مواجهه با تغییرات محیطی تعیین نماید (اندرسن^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۰).

عملکرد صادراتی: منظور از عملکرد صادراتی این است که سازمان تا چه اندازه توانسته اهداف مورد نظر خود را در حوزه صادرات و تجارت بین المللی محقق سازد و تا چه اندازه به چشم انداز پیش بینی شده، دست یابد (آلترن^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۵).

عملکرد نوآوری: عملکرد نوآوری به معنای تحقق اهداف سازمانی در حوزه نوآوری محصول، نوآوری خدمات، نوآوری فرایند و دیگر زمینه های نوآوری در سازمان است که به بکارگیری ایده های جدید منجر می شود که می تواند برای سازمان، ارزش افزوده به همراه داشته باشد (جیانگ^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۴).

گرایش به کارآفرینی^{۱۳}: گرایش به کارآفرینی یعنی سازمان تا چه اندازه به منظور یافتن فرصت های جدید و بکارگیری ایده های تازه در حوزه کسب و کار، سرمایه گذاری می کند و حاضر به تحمل ریسک است (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۴).

۱.۳. مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق. منبع: رمضان^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۳)؛ آلترن^{۱۵} و همکاران (۲۰۱۵)؛ جیانگ^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۴).

¹⁰ Anderson

¹¹ Alteren

¹² Jiang,

¹³ Entrepreneurial Orientation,

¹⁴ Ramezan

¹⁵ Alteren

۱.۴. فرضیه های تحقیق

- ظرفیت تحول سازمانی به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی مؤثر است.
- عملکرد نوآوری به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی مؤثر است.
- گرایش به کارآفرینی به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی مؤثر است.

۲. روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، کلیه کارشناسان شرکت های فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی در شهر تهران که در زمینه صادرات نیز فعالیت می کنند، می باشد. تعداد آنها به طور تقریبی برابر با ۳۴ شرکت است که مهمترین آنها، شرکت مپنا می باشد. به منظور تعیین حجم نمونه، از آنجاکه جامعه از نوع نامحدود فرض شد، از فرمول کوکران استفاده گردید که تعداد نمونه برابر با ۳۸۴ بدست آمد. البته به منظور حصول نتایج دقیق تر و پوشش خطاهای احتمالی، حجم نمونه برابر با ۳۹۰ عدد در نظر گرفته شد که به شیوه طبقه ای انتخاب شدند. به منظور سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه های استاندارد ظرفیت تحول سازمانی (شامل مؤلفه های؛ رهبری کلان سازمانی، نقش مدیران میانی، فرهنگ سازمانی برای تغییر، نقش پرسنل) (رمضان و همکاران، ۲۰۱۳)، عملکرد صادراتی (شامل مؤلفه های؛ حاشیه سود، میزان صادرات، نرخ بازگشت کالا) (آلترن و همکاران، ۲۰۱۵)، عملکرد نوآوری (شامل مؤلفه های؛ هزینه های تحقیق و توسعه، تعداد محصولات جدید، تغییر رویه ها و فرایندهای سازمانی) (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۴)، گرایش به کارآفرینی (شامل مؤلفه های؛ سرمایه گذاری در حوزه تحقیق و توسعه، بکارگیری رویه های و فرایندهای جدید، ریسک پذیری و سرمایه گذاری بر ایده های جدید کاری) (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۴) استفاده شد. در این تحقیق، برای محاسبه روایی محتوا (CVR)، پرسشنامه ها در میان ۱۵ نفر از متخصصان در زمینه موضوع تحقیق توزیع و نظرات آنها جمع آوری شد که با توجه به تعداد متخصصان حداقل عدد قابل قبول برابر با ۰.۴۹ است. پس از روایی سنجی، سوالی حذف نشد و در نهایت ۴۱ سوال، نهایی گردید. مقدار شاخص روایی محتوای (CVI) آن با استفاده از فرمول زیر به دست آمد:

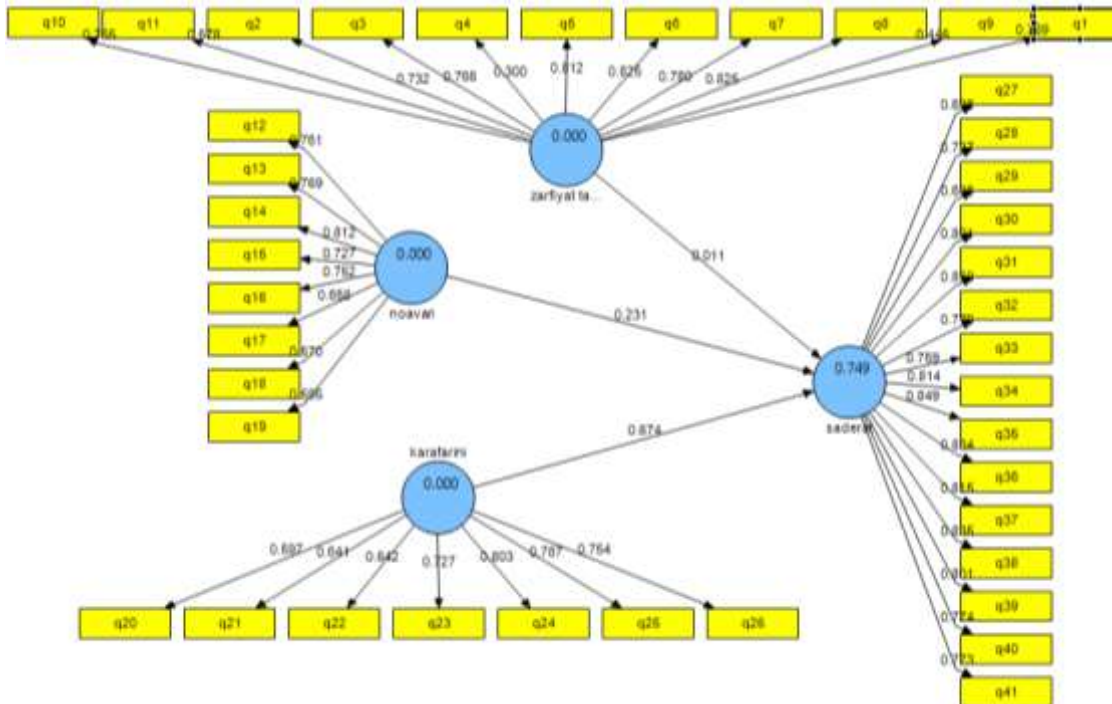
$$\text{مقدار شاخص روایی محتوا} = \frac{\text{مجموع CVR سوالات}}{\text{تعداد سوالات مانده باقی}} = \frac{28.753}{41} = 0.701$$

بنابراین پرسشنامه ای طراحی شد که مقدار CVI آن بالای ۰.۷ و قابل قبول است. برای سنجش پایایی تعداد ۲۰ پرسشنامه در میان اعضای جامعه آماری توزیع شد که مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای همه موارد بالاتر از ۰/۷ است و این، نشان دهنده تأیید شدن پایایی آیتیم های مورد ارزیابی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار PLS استفاده شد.

۳. یافته های تحقیق

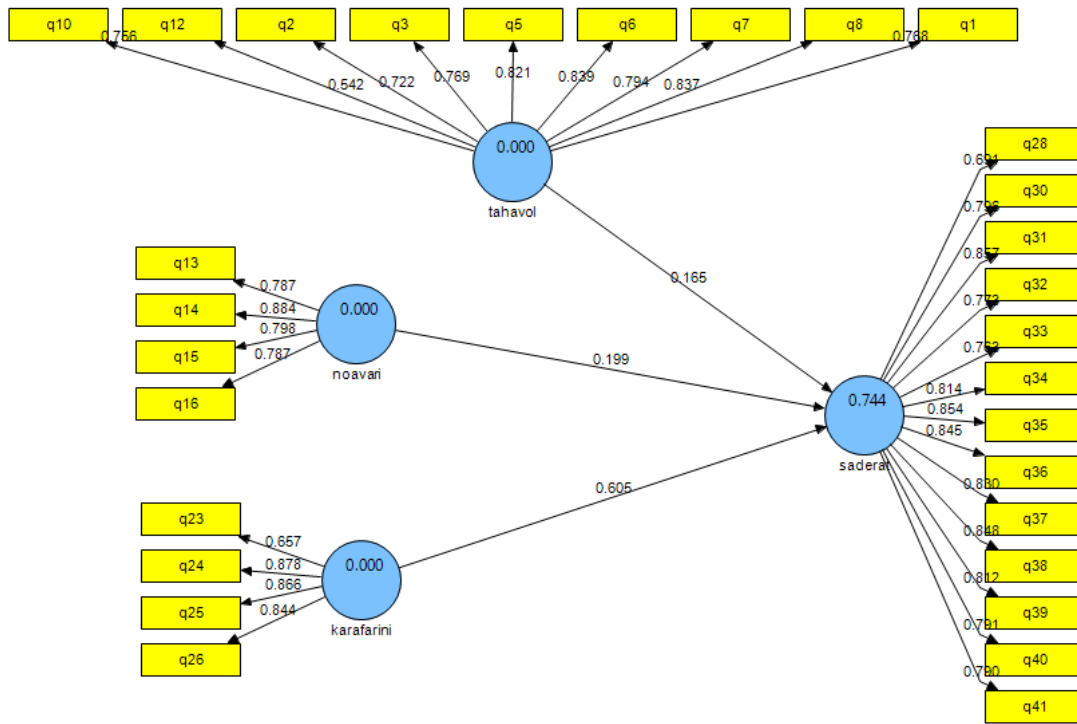
¹⁶Jiang,

۱-۳. ارزیابی مدل مسیری PLS



شکل ۲. بارهای عاملی مدل ابتدایی

در شکل ۲ با توجه به مدل بارهای عاملی در مورد گویه های متعلق به متغیر ظرفیت تحول، گویه های چهارم، نهم و یازدهم بایستی از مدل خارج شوند، چرا که بار عاملی این گویه ها از ۰/۷ کوچکتر است. در مورد گویه های متعلق به متغیر عملکرد نوآوری، گویه های ششم، هفتم و هشتم بایستی از مدل خارج شوند و در مورد گویه های متغیر کارآفرینی، گویه های اول، دوم و سوم شرایط ماندگاری در مدل را ندارند و در مورد گویه های متغیر وابسته تحقیق، گویه های اول و سوم بایستی از مدل خارج شوند. شکل زیر، مسیر را پس از حذف گویه های با بار عاملی کمتر از ۰/۷ نشان می دهد:



شکل ۳. بارهای عاملی پس از حذف گویه ها

با توجه به شکل ۳ ملاحظه می شود که تمامی بارهای عاملی عددی بزرگتر از ۰/۷ می باشد؛ بنابراین می توان عنوان نمود که سؤالات متغیر همگن هستند، این امر در جدول ۱ نیز مشهود می باشد:

جدول شماره ۱. بررسی همگن بودن گویه ها

		تحول	نوآوری	کارآفرینی	عملکرد صادراتی
تحول	q1	0.767755			
	q2	0.722440			
	q3	0.768956			
	q5	0.821016			
	q6	0.839452			
	q7	0.793622			
	q8	0.836899			
	q10	0.755597			
	q12	0.541901			
نوآوری	q13		0.787270		
	q14		0.883999		
	q15		0.797741		
	q16		0.787224		
کارآفرینی	q23			0.656601	
	q24			0.878498	
	q25			0.865621	
	q26			0.844352	
عملکرد صادراتی	q28				0.690528
	q30				0.795623
	q31				0.857168
	q32				0.772537
	q33				0.762510
	q34				0.814116
	q35				0.853615
	q36				0.845406
	q37				0.829861
	q38				0.847909
	q39				0.812152
	q40				0.790930
q41				0.789554	

۳-۲. ارزیابی پایایی مدل

۱- آلفای کرونباخ: با توجه به جدول ۲ تمام مقادیر آلفای کرونباخ از ۰/۷ بیشتر می باشد، لذا تمامی بلوک ها همگن در نظر گرفته می شوند.

جدول ۲. آلفای کرونباخ

	آلفای کرونباخ
ظرفیت تحول	0.909135
عملکرد نوآوری	0.832095
کارآفرینی	0.827427
عملکرد صادراتی	0.954685

۲- ρ دیلون-گلدشتاین (پایایی مرکب): بر اساس جدول ۳- مقادیر پایایی مرکب برای مدل بیشتر از ۰/۷ می باشد؛ بنابراین مدل از پایایی مرکب لازم برخوردار می باشد. برای تشخیص تک بعدی بودن یک بلوک ρ دیلون-گلدشتاین نسبت به آلفای کرونباخ شاخص بهتری است.

جدول ۳. مقادیر پایایی مرکب

	پایایی مرکب
ظرفیت تحول	0.926428
عملکرد نوآوری	0.887605
کارآفرینی	0.887498
عملکرد صادراتی	0.960047

۳- ارزیابی پایایی اشتراکی: با توجه به جدول ۴ و با تأکید بر این نکته که در صورتی که عدد پایایی اشتراکی، عددی بزرگتر از ۰.۵ باشد، می توان عنوان نمود که این شاخص ها دارای پایایی اشتراکی مطلوبی هستند.

جدول ۴. مقادیر ρ دیلون-گلدشتاین

	پایایی اشتراکی
ظرفیت تحول	0.586247
عملکرد نوآوری	0.664341
کارآفرینی	0.666279
عملکرد صادراتی	0.649626

۳-۳. ارزیابی روایی مدل:

۱- روایی همگرا: همانطور که در جدول ۵ مشاهده می شود مقدار AVE برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است؛ بنابراین می توان گفت که روایی همگرای مدل ها مطلوب می باشد.

جدول ۵. مقادیر AVE

	AVE
ظرفیت تحول	0.586247
عملکرد نوآوری	0.664341
کارآفرینی	0.666279
عملکرد صادراتی	0.649626

۲-روایی افتراقی: روایی افتراقی نسبتاً یک مفهوم تکمیل کننده است و معیارهای من جمله؛ فورنل-لاکر برای آن مطرح است. معیار فورنل لاکر ادعا می کند که یک متغیر باید در مقایسه با معرف های سایر متغیرهای مکنون، پراکندگی بیشتری را در بین معرف های خودش داشته باشد. از نظر آماری، جذر AVE هر متغیر مکنون باید بیشتر از بالاترین همبستگی آن متغیر با سایر متغیرهای مکنون باشد. اگر جدول همبستگی متغیرهای مکنون به صورت جدول ۶- باشد:

جدول ۶. همبستگی متغیرهای مکنون

	ظرفیت تحول	عملکرد نوآوری	کارآفرینی	عملکرد صادراتی
ظرفیت تحول	1.000000			
عملکرد نوآوری	0.593523	1.000000		
کارآفرینی	0.597224	0.638383	1.000000	
عملکرد صادراتی	0.644090	0.682982	0.800151	1.000000

بر اساس جدول ۷ مقدار جذر AVE برای هر سازه بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه های انعکاسی موجود در مدل است؛ بنابراین روایی افتراقی مدل های اندازه گیری انعکاسی تایید می شود.

جدول ۷. معیار فورنل-لاکر

	ظرفیت تحول	عملکرد نوآوری	کارآفرینی	عملکرد صادراتی
ظرفیت تحول	0.765668			
عملکرد نوآوری	0.593523	0.815071		
کارآفرینی	0.597224	0.638383	0.816259	
عملکرد صادراتی	0.644090	0.682982	0.800151	0.805994

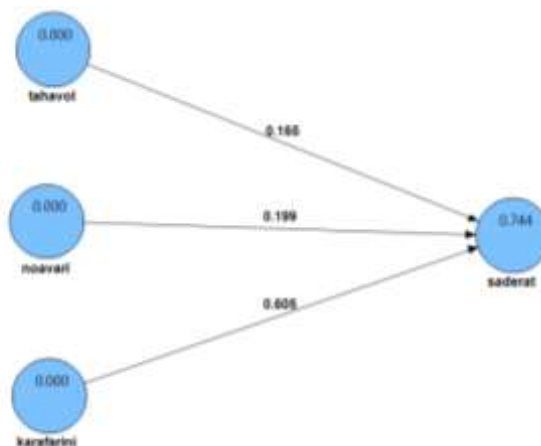
۳-۴. ارزیابی مدل ساختاری

۱- بررسی ضریب تعیین: ضریب تعیین معیار اصلی برای ارزیابی متغیرهای مکنون درونزای مدل ساختاری می باشد. مقدار ضریب تعیین همیشه عددی بین صفر و یک است. مقادیر ضریب تعیین برابر با ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ در مدل های مسیری PLS به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف توصیف می شوند. همانطور که در جدول ۸ مشاهده می شود مقدار ضریب تعیین در مورد متغیر وابسته نهایی تحقیق برابر عدد ۰/۷۴۴۰ بدست آمده که نشان می دهد، که قابل توجه توصیف می شود.

جدول ۸. مقادیر ضریب تعیین

	ضریب تعیین
ظرفیت تحول	-----
عملکرد نوآوری	-----
کارآفرینی	-----
عملکرد صادراتی	0.744079

۲- ضرایب مسیر: شکل ضرایب مسیر برای مدل به صورت زیر می باشد:



شکل ۴. ضرایب مسیر مدل تحقیق

در این تحلیل تمامی ضرایب مسیر مثبت بدست آمده اند. از نظر بزرگی، ضریب تاثیر یک سازه بر سازه دیگر با افزایش تعداد مسیرهای غیرمستقیم کاهش می‌یابد؛ اما در مورد معناداری ضرایب مسیر باید از t آماری استفاده شود.

جدول ۹. مقدار ضرایب مسیر

	عملکرد صادراتی
ظرفیت تحول	0.165
عملکرد نوآوری	0.199
کارآفرینی	0.605

آخرین معیار ارزیابی مدل که در تحقیق به آن پرداخته می‌شود، t آماری است که با استفاده از آن می‌توان به فرضیات تحقیق نیز پاسخ داد.

۳- مقدار t آماری: پس از اجرای الگوریتم در نرم افزار، مقادیر t آماری بر روی مسیرهای موجود در مدل ظاهر می‌شود:



شکل ۵. مقادیر t برای مسیر مدل تحقیق

همانطور که در شکل شماره ۵ ملاحظه می‌شود مقدار t آماری مسیرها بدست آمده است. برای تأیید یک فرضیه در سطح ۹۵ درصد، ۹۹ درصد و ۹۹۹ درصد به ترتیب حداقل t آماری معادل ۱/۹۶، ۲/۵۲ و ۳/۳۲ لازم است. جدول t آماری میان سازه‌ها به شکل زیر است:

جدول ۱۰. t آماری

	عملکرد صادراتی
ظرفیت تحول	4.629
عملکرد نوآوری	4.792
کارآفرینی	15.362

با توجه به مقادیر t آماری به دست آمده، تمامی مسیرها در سطح ۹۹/۹٪ معنادار هستند، چرا که تمامی مقادیر بزرگتر از ۳/۳۲ به دست آمده اند؛ بنابراین می توان گفت؛

- ظرفیت تحول سازمانی به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی موثر است.
- عملکرد نوآوری به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی موثر است.
- گرایش به کارآفرینی به شکل معناداری بر بهبود عملکرد صادراتی در شرکتهای فعال در صنعت خدمات فنی و مهندسی موثر است.

بررسی کلی مدل: به منظور بررسی کلی مدل برازش داده شده، از شاخصی تحت عنوان GOF استفاده می شود که این شاخص بیان می دارد، مدل تا چه اندازه گویایی دارد. در صورتی که عدد حاصل شده، ۰/۰۱ باشد ضعیف، ۰/۱۵ باشد، متوسط و ۰/۳۵ باشد، قوی است.

لذا به منظور محاسبه این شاخص از فرمول زیر استفاده می شود:

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

که با جایگذاری میانگین شاخص های اشتراکی ضربدر میانگین ضرایب تعیین حاصل می شود، که در این تحقیق برابر است با:

$$GOF = \sqrt{0.6416 \times 0.7440} = 0.4773$$

که این عدد نشان دهنده کیفیت کل مدل است و بیان می دارد مدل فوق تا ۴۸ درصد قابلیت پیشگویی دارد، که این عدد نشانگر توانایی قوی مدل است.

۴. نتیجه گیری

نتایج به دست آمده نشانگر تأثیر عامل ظرفیت تحول سازمانی بر بهبود عملکرد صادراتی بود، چرا که ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰/۱۶۵ و مقدار t آماری این دو متغیر برابر ۴/۶۲۹ بود، بنابراین به دلیل آن که عدد t آماری به دست آمده از ۳/۳۲ بزرگتر است، لذا می توان بیان نمود که این فرضیه در سطح ۹۹/۹ درصد مورد تأیید قرار می گیرد. در صورتی که در سازمان تغییر و تحول نهادینه گردد، می تواند در بازار رقابتی و بازارهای بین المللی رشد خوبی داشته باشد، چرا که رشد و پیشرفت در صادرات مستلزم وجود انعطاف پذیری در تولید، خدمات و فرآیندهای سازمانی است و برای رسیدن به این شاخص سازمانی بایستی کارکنان و مدیران و سازمان ابداع کننده و پذیرنده تحولات باشند.

نتایج حاصل از ضریب مسیر بدست آمده بین دو متغیر عملکرد نوآوری و عملکرد صادراتی (۰/۱۹۹)، و همچنین مقدار t آماری حاصل شده (۴/۷۹۲)، نشان دهنده تأثیر مستقیم عملکرد نوآوری بر روی عملکرد صادراتی بود. در صورتی سازمان می تواند در صادرات و عملکرد صادراتی خود مطلوب و موفق عمل نماید که همواره حرف جدیدی برای گفتن داشته باشد، یکی از مهم ترین عوامل در موفقیت سازمان ها در عملکرد صادراتی آن ها، نوآور بودن و متمایز بودن محصولات و خدمات آن ها نسبت به سازمان های هم نوع خودشان می باشد.

با توجه به اینکه ضریب مسیر بین دو متغیر گرایش به کارآفرینی و بهبود عملکرد صادراتی برابر عدد ۰/۶۰۵ به دست آمده و چون این عدد، عدد بزرگی است، نشان دهنده تأثیر مستقیم و قوی متغیر گرایش به کارآفرینی بر روی بهبود عملکرد صادراتی می باشد. همچنین با توجه به اینکه مقدار t آماری بین این دو متغیر برابر ۱۵/۳۶۲ به دست آمده است، تأیید کننده تأثیر گرایش به کارآفرینی بر روی عملکرد صادراتی می باشد. در صورتی که نوآوری در سازمان نهادینه گردد و تمامی کارکنان به ارائه خدمات و محصولات جدید تشویق گردند و همچنین بتوان به کمک این نوآوری ها کارآفرینی در سازمان به وجود آورد، می توان این پیش بینی را برای سازمان داشت که در عملکرد صادراتی خود، بسیار کارا و خوب عمل خواهد نمود.

۵. پیشنهادهای تحقیق

- نتایج نشان داد که ظرفیت تحول سازمانی بر عملکرد صادراتی مؤثر است؛ بنابراین پیشنهاد می شود:
- توسعه کانالهای ارتباطی میان کارکنان با یکدیگر و میان کارکنان با مدیران به ویژه در زمان اجرای برنامه های تحول که می تواند همراهی و همکاری کارکنان در خصوص اجرای تغییرات سازمانی را به همراه داشته باشد که مستقیماً بر عملکرد صادراتی نیز تاثیرگذار است
 - تغییر تحول می باید در سازمان به عنوان یک ارزش و هنجار شناخته شود؛ بنابراین مدیران می باید تغییر و تحول را یک ضرورت سازمانی معرفی کنند و برای بهبود آن در سازمان و بهبود نگرش کارکنان در مواجهه با تغییر، برنامه هایی را اجرایی نمایند؛ مثلاً به کارکنانی که خود را سریع تر با تغییر وفق می دهند؛ پاداش اختصاص دهند
 - سازمان می باید برنامه های حمایتی ویژه ای برای کارکنان، پس از اجرای برنامه های تغییر داشته باشد تا از حمایت و پشتیبانی کارکنان به منظور اجرای هر چه بهتر برنامه های تغییر بهره مند گردد
 - توسعه زیرساختهای آموزشی به ویژه در زمینه تغییر و افزایش توانمندی کارکنان در پذیرش شرایط جدید؛ از جمله اقدامات مهمی است که می باید به طور مستمر مورد توجه قرار گیرد
 - حمایت مدیران میانی از کارکنان به ویژه توجه به دغدغه های کارکنان و راهنمایی آنها در انجام امور؛ نقش موثری بر بهبود عملکرد اجرای برنامه های تغییر و تحول و افزایش ظرفیت های سازمانی برای تحول دارد؛ بنابراین نتایج این تحقیق بر حمایت از کارکنان و نقش مدیران میانی بر بهبود ظرفیت تحول و عملکرد صادراتی تاکید دارد.
 - نتایج نشان داد که عملکرد نوآوری بر بهبود عملکرد صادراتی مؤثر است؛ بنابراین پیشنهاد می شود:
 - در سازمان، برنامه های ویژه ای به منظور توسعه نوآوری، ارائه خدمات جدید و ... اجرایی گردد
 - بودجه واحد تحقیق و توسعه افزایش یابد
 - تعداد نیروهای انسانی و متخصصین شاغل در واحد تحقیق و توسعه، افزایش یابد
 - بودجه مجزایی به منظور سرمایه گذاری بر سرح ها و ایده های جدید، در نظر گرفته شود
 - از ایده ها و طرح هایی که کارکنان ارائه می دهند، حمایت شود و بودجه مجزایی به منظور اختصاص پاداش به این کارکنان، در نظر گرفته شود
 - کارکنان به طور مستمر در این سازمان، به ارائه ایده های نوآورانه تشویق شوند
 - نتایج نشان داد که گرایش به کارآفرینی نیز بر بهبود عملکرد صادراتی مؤثر است؛ بنابراین پیشنهاد می شود:
 - اختصاص بودجه برای پرورش ایده های کسب و کار که از سوی کارکنان یا متخصصین سازمانی مطرح می شود
 - تغییر رویکرد سازمان از محافظه کاری به سمت ریسک پذیری و بکارگیری ایده های جدید
 - تغییر رویکرد سازمان به سمتی که ورود به حوزه های جدید کسب و کار را به عنوان یک فرصت تلقی نماید و برنامه های ویژه ای برای این منظور، تدوین گردد
 - افزایش تلاش های برای حفظ و ماندگاری کارکنان ایده پرداز و نوآور در سازمان و حمایت بیشتر مالی و روحی از این دسته از کارکنان

منابع

۱. ربیعی، علی. صادق زاده، حکیمه. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. فصلنامه رفاه اجتماعی. سال یازدهم. شماره ۴۱. صص ۱۹۱-۲۲۱
۲. رحمانی، میترا. عابدین مقانکی، محمدرضا. (۱۳۸۷). بررسی امکان توسعه صادرات ایران با شرکای تجاری منتخب. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. شماره ۴۶. صص ۱۴۵-۱۷۸
۳. شاه حسینی، محمد علی. فقیه علی آبادی، محمد. (۱۳۹۲). بررسی و شناسایی چالش های توسعه و صادرات خدمات فنی مهندسی در حوزه نفت و گاز. نشریه انرژی ایران. دوره ۱۶. شماره ۲. صص ۱۱۳-۱۲۷
۴. عباس زاده، حسن و درویش، حسن و الوانی، سید مهدی و صالحی صدقیانی، جمشید (۱۳۹۰)، الگوی استراتژی گرایش به کارآفرینی در نظام بانکی ایران، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۷، صص ۹۹-۱۱۶
۵. مشبکی، اصغر. خادمی، علی اکبر. (۱۳۹۱). نقش برنامه های توسعه صادرات بر ارتقای عملکرد صادرات بنگاه ها. بهبود مدیریت. سال ۶. شماره ۳. صص ۹۸-۱۳۵
6. Alteren, G. Tudoran, A. (2015). Enhancing export performance: Betting on customer orientation, behavioral commitment, and communication. *International Business Review*. No6 pp12-24
7. Anderson, D. and Ackerman Anderson, L. (2010), *Beyond Change Management: How to Achieve Breakthrough Results Through Conscious Leadership*, Pfeiffer, San Francisco, CA.
8. Bell, J. Hoque, Z. (2009). GAOC 2008 conference issue: accounting's role in organizational change. *Journal of Accounting & Organizational Change*. Vol. 5 No. 2, pp. 133-138
9. Chaudhari, M. Giedraitis, V. Kapse, P. (2012). Barriers to export from india to the european union. *Ekonomika*. vol 91. No.2. pp 38-49
10. Fernandez-Mesa, A. Alegre, J. (2015). Entrepreneurial orientation and export intensity: Examining the interplay of organizational learning and innovation. *International Business Review* 24 (2015) 148-156
11. Franco, Mário and Haase, Heiko (2013), Firm Resources and Entrepreneurial Orientation as Determinants for Collaborative Entrepreneurship, *Journal of Management Decision*, Volume:51, Issue:3, p 4.
12. Jalali, S. (2013). ASSESSMENT OF THE ENGINEERING SERVICE EXPORT BARRIERS: A CASE STUDY. *The Journal of Commerce*, Vol. 5, No. 1. PP 1-6
13. Jiang, X. Yang, Y. Pei, Y. Wang, G. (2014). Entrepreneurial Orientation, Strategic Alliances, and Firm Performance: Inside the Black Box. *Long Range Planning*. NO.3. PP47-56
14. Lin, Carol Yeh-Yun and Chen Mavis Yi-Chung. (2007). Does Innovation Lead To Performance? An Empirical Study of SMEs in Taiwan, *Journal of Management Research News*, 30 (2).
15. Ramezan, M. Sanjaghi, M. Rahimian, H. (2013). Organizational change capacity and organizational performance. *Journal of Knowledge-based*
16. Skarmas, D. Lisboa, A. Saridakis, C. (2016). Export performance as a function of market learning capabilities and intrapreneurship: SEM and FsQCA findings. *Journal of Business Research*. NO5. PP28-39
17. Spanos, G. (2016). Organization and export performance. *Economics Letters* 146. PP 130-134

Investigating factors affecting export performance with structural equation modeling approach

Soheila Sayadi Shirtari¹, Amir Babak Marjani²

1. MA student in Business Administration, change orientation, Management Islamic Azad University, Central Tehran Branch

2. Assistant Professor of Central Tehran University

Abstract

What has emerged in recent decades, more than ever, is internationalization of trade and tending companies to global market. In this situation, companies are trying to sell their goods and services throughout the world in different ways and maximize their own profits. The aim of this study is to investigate the factors affecting export performance improvement in companies operating in the industry of technical and engineering services from the perspective of the entrepreneurial orientation, organizational development capacity and innovation performance. This research is applied objectively, in terms of the nature is descriptive -correlational and in terms of method is survey. The study population is all companies operating in the industry of technical and engineering services in Tehran that are active in the field of exports. Based on Cochran formula, the sample size was estimated 390 people who were selected by classified sampling method. In order to measure variables of research, standard questionnaires of capacity of organizational change (Ramazan et al., 2013), export performance (Altren et al., 2015), the innovation performance (Jiang et al., 2014), entrepreneurial orientation (Jiang et al., 2014) were used. The content validity index (CVI) of questionnaire was 0.7 and acceptable. The Cronbach alpha coefficient values were higher than 0.7 for all cases and this reflects the reliability of items evaluated. In order to analyze the data, Structural equation modeling using PLS software was used. According to path coefficients obtained 0.165, 0.199 and 0.605 as well as the statistical t 4.629, 4.792 and 15.362, respectively, the factor of organizational development capacity, performance of innovation and entrepreneurial orientation had a direct and significant impact on export performance improvement.

Keywords: organizational development capacity, performance of innovation, entrepreneurial orientation, export performance improvement
